

TelesUR. Construyendo una televisión para la integración latinoamericana

Armando Carballal Cano*

Los medios y las nuevas tecnologías info-comunicativas, que tanto influyen en la difusión y consolidación de la globalización comercial, cierran la posibilidad de que ésta pueda dejar de ser una realidad, pero abren, al mismo tiempo, la posibilidad de que pueda ser de otra manera a condición de que se encuentren los mecanismos y las estrategias adecuados para ello.

Manuel de Jesús Corral
La comunicación y sus entramados en América Latina

Nuestra integración no puede venir de afuera, para que finalmente otros resuelvan los problemas que nosotros nos declaramos incapaces de resolver. Tiene que venir de nosotros mismos, porque no podemos poner afuera nuestra nueva identidad.

Enrique Maza
Los retos de la globalización para la comunicación y la integración latinoamericana

Resumen

En este artículo el autor analiza el contexto en que surge TelesUR y los alcances y límites que se le presentan a esta televisora que pretende posicionarse como un referente informativo para América Latina. Todo ello a contracorriente, por tratarse de un medio de comunicación de capital estatal, con pretensiones informativas contra-hegemónicas en un espectro mediático regional concentrado por el capital privado. TelesUR, con una línea editorial crítica del proceso globalizador, del neoliberalismo, del papel de Estados Unidos en la región y a favor de la integración, se plantea un enorme desafío mediático: competir con los grandes medios transnacionales y ser un referente informativo para Latinoamérica.

Palabras clave: TelesUR, medios masivos de comunicación, concentración de medios.

Abstract

This article analyzes the emergence of TelesUR, as well as the advantages and limits it faces to become a point of informative reference for Latin America. TelesUR is a government-owned media network running against well-organized private corporations that dominate the media sphere. TelesUR has been highly critical of the globalizing process, neoliberal economics

* Maestro en Estudios Latinoamericanos por la Universidad Nacional Autónoma de México. Actualmente es colaborador en TelesUR.

and the role of the U. S. in the region. In addition, it supports regional integration, and has set a major goal for itself: to compete with massive transnational telecommunication corporations, and to become a media-base for Latin America.

Keywords: TelesUR, dominant mass-media.

Resumo

O presente artigo analisa o contexto em que surge TelesUR, os alcances e os limites que se apresentam a esta televisora que pretende se posicionar como uma referência informativa para América Latina. Posicionando-se em uma contra corrente, por se tratar de um meio de comunicação de capital estatal, com pretensões informativas contra hegemônicas em um espectro regional concentrado pelo capital privado. TelesUR, com uma linha editorial crítica do processo globalizador, do neoliberalismo, do papel dos Estados Unidos na região e a favor da integração, se propõe um enorme desafio: competir com os grandes meios transnacionais e ser uma referência informativa para América Latina.

Palavras chave: TelesUR, comunicação massiva, concentração da mídia.

La Nueva Televisión del Sur es una cadena de televisión con financiación multiestatal que desde el 24 de julio del 2005 transmite para Latinoamérica, vía satélite, bajo el lema *Nuestro Norte es el Sur*. La creación de TelesUR pretende construir una agenda informativa y noticiosa propia, y no ser una imitación del modelo CNN en español. El proyecto TelesUR está ligado a la actual coyuntura política latinoamericana, con gobiernos proclives a la integración latinoamericana. No en vano la televisora fue inicialmente respaldada por Venezuela (51 por ciento), Argentina (20 por ciento), Cuba (19 por ciento) y Uruguay (10 por ciento), países a los que posteriormente se sumaron Bolivia, Nicaragua y Ecuador.¹ Para entender el contexto en que se presenta este proyecto mediático es necesario hacer un recorrido por la actual realidad de los medios en el mundo y Latinoamérica.

Concentración mediática: comunicación en tiempos neoliberales

A partir de la década de los ochentas se observan dos fenómenos que incidirán en el desarrollo de los medios de comunicación: la oleada neoliberal y el desarrollo de nuevas tecnologías info-comunicativas.

Los nuevos escenarios, la privatización y liberalización de las comunicaciones a la inversión extranjera, intensifican la concentración de la propiedad de

¹ El 19 de abril de 2006, Bolivia se incorporó al proyecto con 5 por ciento de participación, mientras que Nicaragua hace lo propio el 11 de marzo de 2007, aunque sin especificar el porcentaje de participación, aparentemente también del 5 por ciento. Por su parte, Ecuador oficializa la compra del 5 por ciento de las acciones en agosto de 2007. La participación de Uruguay en TelesUR nunca fue ratificada por el parlamento, y ha trascendido que desde marzo de 2006 no es más accionista.

los medios de comunicación bajo principios de racionalismo económico, desregulación e implantación de la lógica del mercado. Así, el Estado cede espacios de participación y regulación a los medios de comunicación privados. Es en este contexto que algunas poderosas corporaciones mediáticas han asumido un papel preponderante y concentrador, lo que ocasiona la formación de grupos con enormes dimensiones económicas en diversos sectores de la información y la comunicación. Ante ello, la posibilidad de que nuevas empresas participen del mercado de la comunicación se reduce considerablemente. Frente a los gigantes, los pequeños ceden, pues no luchan sólo en su ámbito de competencia, llámese televisión, radio, periódicos, producción o distribución, sino con una maquinaria que abarca diversos medios a la vez.

A la par de la problemática de la concentración, se debe cuestionar también la calidad de la información y su pluralidad, en ocasiones relativa. La ideología globalizadora y sus metáforas simplificadas, apologéticas y acrílicas son trasladadas al ámbito de la comunicación global. A la par de este paradigma *pop* de la comunicación, se ejerce una uniformidad, matriz única que parte de una visión del mundo particular, general y universalizable.² En la agenda informativa se percibe entonces un mimetismo por hablar del mismo tema, de la misma nota. Se forma un fenómeno mediático circular: los medios hablando de los medios, *medios que se repiten, se justifican, se copian y legitiman entre sí, se autonomban como referencias, conformando un solo sistema de información: una esfera comunicacional autolegitimada*³ en la cual los medios, integrados al sistema de mercado global, difunden abrumadoramente el ideario de la globalización neoliberal, lo positivo del capitalismo, la necesidad de las privatizaciones energéticas y de los servicios básicos, la apertura de fronteras y la reducción del papel del Estado en la economía, el debilitamiento de los sindicatos y la reducción del presupuesto a la educación y salud públicas, etcétera.⁴

Estos fenómenos de *concentración mediática, imitación informativa y encumbramiento del paradigma globalizador* afectan la calidad de la información

² Para profundizar en ello, *cfr.* Ramonet (1998a:15-16).

³ "Cuanto más hablan los media de un tema, más se persuaden colectivamente que ese tema es indispensable, central, capital, y hay que cubrirlo mejor todavía, consagrándole más tiempo, más medios, más periodistas. Los *media* se autoestimulan de esta forma, se sobreexcitan unos a otros (...) Los media (y los periodistas) se repiten, se imitan, se copian, se contestan y se mezclan, hasta el punto de no constituir más que un único sistema de información, en cuyo seno es cada vez más arduo distinguir las especificaciones de tal o cual medio tomados por separado" (Ramonet, 1998: 18-19 y 24).

⁴ Edward Herman y Robert Mcchesney consideran que los medios globales "son los misioneros de nuestra época, promocionando las ventajas del comercialismo y el mercado en voz alta e incesantemente a través de sus empresas y programación, motivadas por la ganancia y apoyadas por la publicidad. Este trabajo misionero no es el resultado de ningún tipo de conspiración; las empresas multinacionales de los medios globales se han desarrollado orgánicamente desde su base institucional y sus imperativos comerciales" (1997:63).

emitida por los medios de comunicación y *dificultan la construcción de una agenda informativa propia* al margen de los grandes medios de comunicación.

Corporativos mediáticos globales y latinoamericanos

Los multimedios globales, al incluir en el mismo corporativo diversos negocios de la cultura de masas, están en condiciones de suministrar —a los consumidores en conjunto— información, noticias, entretenimiento, ocio, cultura, espectáculos, música. Entre éstos, podemos mencionar apenas cuatro de los más importantes: *The Walt Disney Company* (dueño de Capital Cities, Buena Vista y ABC), Time-Warner Inc. (con AOL, HBO y CNN), *News Corporation* (dueño de 20 Century Fox, canal Fox News y Sky), y *General Electric* (con RCA, NBC, Estudios Universal y el canal Telemundo).

En América Latina se reproduce el fenómeno de concentración mediática observado en el ámbito internacional, con fuerte participación en el sector audiovisual, particularmente en televisión. Podemos contar en América Latina cuatro grandes grupos mediáticos que participan de forma hegemónica en la industria audiovisual, impresa y radiofónica, vinculándose además con los grupos mediáticos globales: Grupo Televisa de México, Organización Globo de Brasil, Organización Cisneros de Venezuela y Grupo Clarín de Argentina.

Televisión y noticias

Respecto de los canales de información y noticias internacionales, encontramos un fenómeno mediático en curso: canales de televisión con pretensiones internacionales y regionales, algunos impulsados con financiamiento estatal y con una visión particular del mundo.

El proyecto paradigma de canal de información y noticias global lo inició CNN en 1980: un canal de noticias las 24 horas. Después, surgirían otros canales informativos y de noticias continuas, privados y estatales. En este caso, sólo nos concentraremos en aquellos proyectos televisivos que funcionan o reciben apoyo estatal.⁵ Ello se debe a un interés creciente de los gobiernos y Estados por: 1) ofrecer televisión cultural, o 2) ser un instrumento de la política internacional del país patrocinador (Cebrián Herreros, 2004). Por principio, *Cable News Networks* (CNN), que pertenece al conglomerado *Time-Warner Inc.*; *Euronews*, canal informativo paneuropeo y multilingüe (inglés, francés, alemán,

⁵ Además de los expuestos en este apartado, existen canales internacionales de televisoras estatales, como TVE Internacional (España) o la RAI Internacional (Italia). También hay proyectos privados de canales de noticias, como Fox News de Rupert Murdoch, o MSNBC de la NBC. *Cfr.* Cebrián Herreros (2004).

italiano, portugués, español y ruso) que transmite desde 1993 noticias las 24 horas del día desde una perspectiva europea; la *British Broadcasting Corporation* (BBC), el servicio público de radio, televisión e internet de Gran Bretaña desde 1922, que opera bajo un estatuto de autonomía que garantiza su independencia de factores comerciales y/o políticos; *France 24*, que inició en 2006 transmisiones con el objetivo de brindar a la audiencia gala en el exterior y no francófona la visión del mundo desde Francia, y finalmente *Al Jazeera*, canal de televisión árabe especializado en noticias sobre el Medio Oriente fundado en 1996 en Doha, que cobró notoriedad a partir de los atentados terroristas a Estados Unidos el 11 de septiembre de 2001, y las invasiones a Afganistán (2001) e Irak (2003), al ser acusado por Washington de difundir propaganda terrorista.⁶

Medios e integración

El planteamiento de tener medios de comunicación para la integración de América Latina tiene un pasado. Aunque sin ser pensados propiamente como instrumentos mediáticos para la integración, las experiencias comunicacionales del siglo XIX, durante los procesos independentistas, son un antecedente de la importancia de contar con medios capaces de comunicar los avances en las luchas políticas de la América Meridional. Como ejemplos de tales proyectos encontramos el periódico *Correo del Orinoco*, fundado por Simón Bolívar en 1818, y el periódico *Patria*, fundado por José Martí en 1892.

Ya en el siglo XX, la información que agencias de noticias como *Associated Press* y *United Press International* presentaban de América Latina y el Tercer Mundo en general, fue considerada información sesgada y servil a los intereses del llamado Primer Mundo. Como respuesta, y bajo el impulso de la Revolución Cubana, se gestaron en Latinoamérica esfuerzos mediáticos como Prensa Latina.⁷ También habría que mencionar la conformación de organizaciones de periodistas como la Federación Latinoamericana de Periodistas (FELAP).⁸ A estos

⁶ Esta acusación ha tenido repercusiones violentas: sus instalaciones en Kabul y Bagdad fueron destruidas en 2001 y 2003, respectivamente, por reportar los daños y muertes por bombas estadounidenses durante las invasiones a Afganistán e Irak. En España, el corresponsal Taysir Allouni fue detenido y acusado de colaborar con Al Qaeda. Incluso, Washington creó el canal en árabe Al Hurra TV para contrarrestar a *Al Jazeera* en Medio Oriente.

⁷ La Agencia de Noticias Latinoamericana o Prensa Latina fue fundada en 1959 y tiene su sede en La Habana, Cuba. Brinda información internacional, particularmente de América Latina, mediante 22 corresponsalías.

⁸ Fundada en 1976, integra asociaciones, federaciones, uniones, círculos, colegios y sindicatos de periodistas. Cfr. <<http://www.ciap-felap.org>>.

proyectos se agregarían otros como ASIN,⁹ ALASEI,¹⁰ ADITAL¹¹ y ALAI.¹² Recientemente, en el marco del Mercado Común del Sur, se crea la Agencia Periodística del MERCOSUR. También en el pasado reciente, habría que contar innumerables portales de internet como Argenpress, NuestraAmérica, Aporrea, Periódico del Sur o la Agencia Bolivariana de Prensa.

Telesur: la nueva televisión del Sur

La actual coyuntura política latinoamericana permite la cristalización de proyectos como TV Brasil¹³ y principalmente de Telesur, enfocados a la integración regional. Esta última se configura como un proyecto multiestatal, sin participación empresarial o publicitaria, financiada por los gobiernos de Venezuela, Cuba, Argentina, Uruguay, Bolivia, Nicaragua y Ecuador. Inspirado en parte en la visión regional de Al Jazeera, Telesur pretende posicionarse como un referente informativo para América Latina. Todo ello a contracorriente, por tratarse de un medio de comunicación de capital estatal, con pretensiones informativas contra-hegemónicas en un espectro mediático regional concentrado por el capital privado. Telesur, con una línea editorial crítica del proceso globalizador, del neoliberalismo, del papel de Estados Unidos en la región y a favor de la integración, se plantea un enorme desafío mediático: competir con los grandes medios transnacionales y ser, como se ha dicho, un referente informativo para Latinoamérica. Su concretización se puede explicar a partir de dos factores coyunturales:

1. Un contexto regional de gobiernos de izquierdas, proclives a emprender proyectos de integración en la región, con diferentes matices y profundidad, como la ampliación de MERCOSUR, la creación de la UNASUR (antes Comunidad Sudamericana de Naciones), la fundación del Banco del Sur y el ALBA.
2. El proceso de radicalización del proceso bolivariano en Venezuela. Tras el golpe de Estado y paro petrolero de 2002, y principalmente tras el referéndum revocatorio de 2004, se pensó seriamente en impulsar aún más los medios de comunicación que presentaran una visión diferente de los procesos de integración regionales ya mencionados.

⁹ Asociación de Sistemas Informativos Nacionales fue creada en 1979 para coordinar información entre las agencias de prensa de la región.

¹⁰ Agencia Latinoamericana de Servicios Especiales de Información fue fundada en 1984.

¹¹ Agencia de Información Fray Tito para América Latina fue fundada en 2000.

¹² Agencia Latinoamericana de Información fue fundada en 1977.

¹³ TV Brasil-Canal Integración es un canal de televisión que emite a partir de 2005 desde Brasilia, con financiamiento público brasileño. Con el objetivo explícito de posicionarse en América del Sur, el 80 por ciento de la programación es en castellano y el restante en portugués, bajo el lema "Diversidad, ésa es nuestra identidad".

Por otro lado, Telesur se plantea dos objetivos principales:

1. Ser una herramienta al servicio del ideal de integración latinoamericana y caribeña, es decir, una televisión para la integración (*Si la integración es el propósito, Telesur es el medio*, rezaba el primer slogan del canal).
2. Ser una alternativa informativa a las grandes cadenas privadas y su pensamiento único, con una agenda social latinoamericana (*Nuestro Norte es el Sur*, el slogan actual de la señal).

Como ya se ha dicho, el nacimiento de Telesur responde a la irrupción en el escenario político-electoral regional de gobiernos que podrían calificarse de izquierdas como Néstor Kirchner en Argentina, Luiz Inácio Lula da Silva en Brasil, Tabaré Vázquez en Uruguay, Evo Morales en Bolivia, Daniel Ortega en Nicaragua y Rafael Correa en Ecuador, que han despertado expectativas sobre la posibilidad de construir una integración regional bajo lineamientos progresistas.

Particularmente, el protagonismo de Hugo Chávez en Venezuela ha posibilitado y acelerado procesos de integración regionales bajo una bandera latinoamericanista en los ámbitos económico (Petroamérica, Petrocaribe, Banco del Sur, ampliación del MERCOSUR), político (Unión Suramericana de Naciones) y social (ALBA), en una abierta confrontación con los planes integracionistas continentales de Estados Unidos, como el Área de Libre Comercio de las Américas (ALCA).

La historia reciente de Telesur se remonta a la celebración del Congreso de Periodistas Latinoamericanos y Caribeños, La Habana 2001 (8-11 de octubre), organizado por la Unión de Periodistas de Cuba y la FELAP. Durante dicho congreso surgió la idea de contar con un canal de televisión latinoamericano.

Para el 24 de enero de 2005, Andrés Izarra, ministro del Poder Popular para la Comunicación de Venezuela, anunciaría la conformación de La Nueva Televisora del Sur, Telesur, como un canal donde se difundiera la voz del Sur al mundo. La *transmisión regular* se inaugura desde Caracas el 24 de julio de 2005 con una pequeña barra programática de 4 horas, fundamentalmente de noticias. Actualmente mantiene corresponsales en prácticamente todos los países de América Latina, además de contar con colaboradores en Washington, Madrid y Londres.

Acceso a la señal y audiencia

La Nueva Televisión del Sur transmite en señal abierta sólo en Venezuela para Caracas, Barquisimeto, Valencia, Puerto La Cruz, Maracaibo, Maracay y Barcelona. La señal en el nivel internacional se distribuye gratuitamente por el satélite NSS 806 a toda América, Europa y el noroeste de África.

En América Latina existen 3 diferentes formas de acceder a la señal de TeleSUR: 1) Televisión de paga; 2) retransmisiones en canales públicos, y 3) señal en vivo por Internet. En lo que se refiere a la *audiencia*, oficialmente se asegura que tiene una audiencia potencial de 370 millones de hispanohablantes en América Latina, 180 millones de lusófonos en Brasil, 50 millones de latinoamericanos en Estados Unidos y otros millones de hispanohablantes adicionales en Europa Occidental y Norte de África, a través de 7 plataformas de televisión satelital (con 4 millones 840 mil abonados), 290 cable-operadoras (3 millones 494 mil 879 abonados), y parcialmente a través de 60 televisoras con señal abierta (pudiendo ser vista por 78 millones 407 mil 856 televidentes), cifrando el total real en 86 millones 742 mil 753 televidentes en la región.

Presencia en México

Una de las corresponsalías se estableció en la Ciudad de México, a cargo de la periodista Aissa García, ex corresponsal en México de la agencia de noticias cubana Prensa Latina. Sin embargo, la señal no puede ser captada en México, pues no ha sido incorporada a los sistemas de TV privada. Al respecto, Andrés Izarra ha denunciado el bloqueo que enfrenta TelesUR en México por la empresa Televisa (propietaria de las plataformas de distribución Cablevisión y Sky) (*Red Voltaire*, 2007). Sin embargo, ya se dio el primer convenio de adquisición de contenidos entre el Sistema Hidalguense de Radio y Televisión y TelesUR (*La Jornada*, 2006a), pero en julio de 2007 fue suspendido tras suscitarse críticas de periodistas mexicanos, escandalizados de que la “tele de Chávez”, enemiga de la “libertad de expresión”, tuviera un espacio en México. Dichos periodistas fueron Carlos Alazraki (2007) y Pablo Hiriart (2007 y 2007a).

TelesUR bajo fuego

Las primeras imágenes de TelesUR fueron mal recibidas entre algunos sectores. Antes del inicio de transmisiones, el 13 de julio de 2005, los servicios de inteligencia denunciaban a TelesUR por emitir mensajes que “estimulaban el terrorismo”, al incluir imágenes del líder de las FARC, Manuel Marulanda “Tirofijo” (imágenes de un promocional de la serie *Memorias del Fuego* sobre el conflicto armado colombiano), así como cánticos de una mujer venezolana que coreaba “ETA, ETA”, supuestamente en alusión al grupo separatista vasco Euzkadi Ta Askatasuna (en realidad, se trataba de un fragmento de la canción *A luz de Tieta*, de Caetano Veloso: “*Eta, eta, eta, eta, é a lua, é o sol, é a luz de Tieta, eta, eta!*”). El reporte señalaba otras imágenes que eran un peligro para la seguridad colombiana: una concentración en la Plaza Bolívar de Bogotá contra el Plan Colombia y declaraciones de campesinos colombianos contrarias

al ALCA. Ante ello, la señal de Telesur fue bloqueada en Colombia (*La Jornada*, 2005).

En otro incidente, el 21 de julio de 2005, el representante por Florida, Connie Mack,¹⁴ criticaba la línea editorial de Telesur al acusarla de “seguir el patrón de Al Jazeera”, de “propagar la retórica contra la libertad” por lo que promovió el establecimiento de transmisiones clandestinas de radio y televisión a Venezuela, al estilo de la anticastrista Radio y TV Martí (Mack, 2005). De la misma forma, el convenio de cooperación entre Telesur y Al Jazeera en 2006 fue criticado también por Connie Mack pues en su opinión con éste se conformaba “una red de televisión global para los terroristas y otros enemigos de la libertad” (Mack, 2006; *La Jornada*, 2006).

Un incidente más que podemos mencionar es el del 19 de noviembre de 2006 cuando es detenido en Bogotá Fredy Muñoz Altamiranda, corresponsal de Telesur en Colombia, bajo cargos de rebelión y terrorismo, por identificársele como miembro activo de las FARC. El diario *El Tiempo* y la revista *Cambio* hicieron una amplia cobertura de este caso, coincidiendo con las acusaciones de las autoridades colombianas.¹⁵ En enero de 2007 fue liberado, aunque no exonerado, por lo que ha decidido mantener su paradero oculto, pues al ser exhibido como supuesto miembro de la guerrilla teme represalias del paramilitarismo.

Agenda informativa: Nuestro Norte es el Sur

He dicho Escuela del Sur; porque en realidad, nuestro norte es el Sur. No debe haber norte, para nosotros, sino por oposición a nuestro Sur. Por eso ahora ponemos el mapa al revés, y entonces ya tenemos justa idea de nuestra posición, y no como quieren en el resto del mundo. La punta de América, desde ahora, prolongándose, señala insistentemente el Sur, nuestro norte.

Joaquín Torres García, *Universalismo Constructivo*,
Buenos Aires, 1941

La línea informativa es responsabilidad de la directiva, encabezada por el presidente de Telesur, Andrés Izarra, periodista venezolano ex colaborador de NBC, CNN en español y RCTV; Aram Aharonian, periodista uruguayo, ex corresponsal de *Excelsior*, *Corriere de la Sera*, *Prensa Latina* e *Inter Press Service*, y colabo-

¹⁴ Connie Mack, republicano y representante de los intereses anticastristas de Miami, es un abierto opositor de Hugo Chávez en la Cámara de Representantes.

¹⁵ *El Tiempo* y *Cambio* pertenecen al mismo grupo: Casa Editorial *El Tiempo*, propiedad de la española Grupo Editorial Planeta, aunque es controlado por la familia Santos, vinculada al actual presidente Álvaro Uribe a través del vicepresidente, Francisco Santos Calderón, y el ministro de Defensa, Juan Manuel Santos. *Cfr. Cambio* (2007) y *El Tiempo* (2007).

rador de la Red Voltaire. Además, está asesorado por un Consejo integrado por intelectuales latinoamericanos y de otras partes del mundo, como Adolfo Pérez Esquivel, Ernesto Cardenal, Eduardo Galeano, Tariq Alí, Ignacio Ramonet, Danny Glover, Richard Stallman, Alfredo Molano, Luis Britto García, Fernando Solanas, Tristán Bauer, Silvio Rodríguez y Fernando Buen Abad Domínguez.

Para evitar que empresas privadas guiaran la línea editorial, se decidió que los recursos de TelesUR fueran principalmente de los Estados miembros. Sin embargo, no está descartado el patrocinio de empresas privadas con la condición de que no influyan en la línea informativa.

De acuerdo con su línea informativa latinoamericanista, en sus tres primeros años de vida TelesUR ha informado sobre los procesos político-populares de la región, como los acontecimientos de Oaxaca, México con la Asamblea Popular de los Pueblos de Oaxaca (APPO); piqueteros y Madres de Plaza de Mayo en Argentina; la defensa de la tierra de los mapuches en Chile; las luchas de indígenas en Bolivia y Ecuador, o las reivindicaciones históricas del Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST) en Brasil. En el nivel político-electoral, siguió de cerca las recientes elecciones presidenciales en América Latina, mostrando simpatía por los candidatos de las diferentes izquierdas o coaliciones progresistas. Dio cobertura a las victorias y tomas de posesión de Evo Morales (MAS) en Bolivia; Michelle Bachelet (Concertación por la Democracia) en Chile; Luiz Inácio Lula da Silva (PT) en Brasil; Rafael Correa (Alianza País) en Ecuador; Daniel Ortega (FSLN) en Nicaragua, Álvaro Colom (UNE) en Guatemala y, por supuesto, de Hugo Chávez (MVR) en Venezuela. De igual forma, resaltó los avances electorales de partidos y candidatos de izquierdas que no consiguieron la victoria, como Ottón Solís Fallas (Acción Ciudadana) en Costa Rica; Ollanta Humala (PNP) en Perú; Andrés Manuel López Obrador (Coalición por el Bien de Todos) en México, y Carlos Gaviria (Polo Democrático) en Colombia. Ha dado amplio espacio a las nacionalizaciones del gas decretadas por Evo Morales en Bolivia; las manifestaciones postelectorales de López Obrador en México; los procesos de Asamblea Constituyente en Ecuador y Bolivia; las reformas constitucionales para el llamado *socialismo del siglo XXI* en Venezuela; las denuncias del Polo Democrático sobre el paramilitarismo en Colombia; la oposición política y social a la firma del TLC con Estados Unidos en Costa Rica; así como las adhesiones de Venezuela al MERCOSUR y la incorporación de Nicaragua y Bolivia al ALBA. Ha denunciado los excesos de las Tropas de Paz, con participación latinoamericana, que la ONU mantiene en Haití desde 2004.

Por último, y de manera relevante, habrá que recordar la gran exclusiva que TelesUR tuvo en enero de 2008: la trasmisión en vivo de la liberación de Clara Rojas y Consuelo González, secuestradas por las FARC, quienes fueron entregadas a una comisión venezolana en territorio colombiano. La señal fue retransmitida por todas las televisoras del mundo.

Activismo

El canal ha intentado aprovechar diversos foros para impulsar otras alternativas de comunicación acordes con su proyecto político y estratégico. En el contexto de la no renovación de la concesión a RCTV, Telesur participó en el debate sobre la democratización de los medios de comunicación en Venezuela, organizando las Jornadas Internacionales “El derecho a informar y estar informado”, en Caracas, en mayo de 2007.

Ha firmado convenios de colaboración y de asesoría para que el Estado nicaragüense habilite el Canal 6 como señal de televisión pública. De igual manera, mantiene asistencia técnica y en infraestructura para habilitar el primer canal de televisión estatal de Ecuador, el canal 48, proyectado para transmitir en 2008.

Finalmente, Telesur organizó el “Encuentro Latinoamericano contra el Terrorismo Mediático” como una respuesta a la asamblea anual de la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP) convocada en Caracas, en marzo de 2008.

Adhesiones y rechazos

Más allá de los escándalos políticos y problemas técnicos de Telesur para hacer llegar su señal al público latinoamericano, la puesta en marcha del canal ha recibido múltiples acusaciones sobre su papel en el escenario regional, negándose incluso que pueda representar una alternativa informativa.

Tal es el caso de las severas opiniones del estudioso de la comunicación venezolano Antonio Pasquali, profesor en la Universidad Central de Venezuela. Para el comunicólogo (promotor en los ochentas del Proyecto Ratelve para una televisión pública venezolana), Telesur está condenada al fracaso (*El Nacional*, 2005); igual opinión ha sido expresada por Marcelino Bisbal, director del posgrado en Comunicación Social de la Universidad Católica Andrés Bello (*Producto*, 2005).

No obstante, también se han sumado voces a favor del proyecto, como las de Ignacio Ramonet (2005), director del periódico mensual *Le Monde Diplomatique*; Pascual Serrano, periodista y director del diario electrónico *Rebelión* (2006), y la periodista argentina Stella Calloni (2006).

Alcances y límites

La competencia del canal multiestatal latinoamericano ante la concentración mediática y el surgimiento de nuevos canales de información impulsados por organismos públicos y privados configura un escenario complejo.

TelesUR pretende situarse a la par de otros canales de información y noticias internacionales, como Al Jazeera, France 24, BBC World, Euronews y, por supuesto, CNN. Al mismo tiempo, se opone a la información del Sur que se emite desde los canales del Norte, particularmente aquéllos que emiten en español desde Estados Unidos, como CNN en español, Univisión y Telemundo. Todo lo anterior, en un ambiente regional altamente concentrado en grandes corporativos mediáticos, como los grupos Televisa, Cisneros, Globo y Clarín.

Otro problema para el canal es el financiamiento. Aunque los seis miembros accionarios garantizan el suministro de recursos, ¿serán éstos suficientes para el correcto funcionamiento de TelesUR? Los más escépticos no lo creen así.

Por otro lado, vale la pena cuestionarse lo siguiente: ¿la televisión es el vehículo mediático ideal para impulsar la integración? La penetración de la televisión en América Latina es disímil. Por un lado tenemos naciones donde el nivel de acceso a la televisión abierta es alto, mientras que en otras es limitado.¹⁶ Sin embargo, hay que recordar que la señal del canal se difundirá principalmente a través de la televisión de paga, situación que reduce bastante sus posibilidades de acceso.¹⁷

A lo anterior se deben sumar las reticencias que entre operadoras de televisión de paga tiene la incorporación de la señal de TelesUR en su oferta de canales.

Finalmente, TelesUR es una opción más para la variada programación que transmiten los canales comerciales y oficiales, entre cientos de canales que se pueden sintonizar en los sistemas de paga en América Latina. Como ya dijimos, el surgimiento de canales informativos y noticiosos especializados es una tendencia en la expansión de la televisión.

Independientemente de la capacidad real y técnica de acceder a la señal, el reto de TelesUR es ser una opción televisiva para la integración de América Latina, servir de puente y enlace, presentar una visión alternativa de los sucesos de una región heterogénea y compleja. El reto no es sencillo, toda vez que

¹⁶ "En esta región, todavía hay países en donde la televisión, cualquiera que sea su forma de transmisión, no llega a la mayor parte de la gente. La cobertura de ese medio es de 97 por ciento de los hogares de Costa Rica y Argentina, el 95 por ciento en Chile, el 94 por ciento en México, el 91 por ciento en Ecuador, el 90 por ciento en Colombia y el 86 por ciento en Brasil. Pero, en Guatemala, solamente el 40 por ciento de los hogares tiene televisor; en Bolivia, el 46 por ciento; en Honduras, menos del 57 por ciento, y en Nicaragua, menos del 60 por ciento". Datos de la International Telecommunication Union, *Americas Telecommunication Indicators 2005*, Ginebra, septiembre de 2005. Datos citados por Trejo Delarbre (2006).

¹⁷ "La televisión por cable tiene una cobertura, también, desigual e insuficiente. A ese servicio tiene acceso el 60.2 por ciento de los hogares de Argentina, el 43 por ciento en Uruguay, el 22 por ciento en Chile, el 14.7 por ciento en Honduras, el 12.7 por ciento en Paraguay, el 12 por ciento en México, el 9.4 por ciento en Perú, el 7.3 por ciento en Colombia, el 6.6 por ciento en Ecuador y el 5.5 por ciento en Brasil" (*Ibid*).

la diversidad y vastedad del territorio latinoamericano hacen difícil la identificación entre diferentes realidades nacionales.

Los medios nacionales en América Latina coadyuvaron en la idea de unificar naciones. Sin insinuar que Telesur podría jugar ese papel (la vastedad de la oferta mediática hace imposible un papel que cumplieron la radio y la televisión en el siglo xx latinoamericano), es por lo menos una ventana, una opción más, entre los cientos de señales disponibles, esta vez para conocer América Latina.

Como proyecto mediático, político y estratégico podría naufragar. Como proyecto histórico —en el afán integracionista— los procesos de integración seguramente se sucederán. Como también se sucederán otros proyectos mediáticos en el futuro. Al igual que los ideales de integración, los intentos mediáticos no cesarán, tal y como lo advirtiera Leopoldo Zea sobre la lucha de unidad latinoamericana: “el sueño, el afán por su logro resucitará una y otra vez. Una y otra vez fracasará; pero también una y otra vez se insistirá en la demanda”.

Para avanzar en los procesos de integración latinoamericana es necesario incursionar de manera masiva con propuestas de comunicación. Las oportunidades tecnológicas y los procesos políticos actuales permiten que la integración desde los medios de comunicación sea posible y viable, una puerta abierta. Un proceso de integración que no se sustente en la democratización de la comunicación podrá ser cualquier cosa, menos integración.

Bibliografía

- ALAZRAKI, Carlos (2007), “Carta dirigida a Miguel Osorio Chong (gobernador de Hidalgo)”, en *Crónica de Hoy*, México, 3 de julio, <http://arte.cronica.com.mx/nota.php?id_notas=310040>.
- CALLONI, Stella (2006), “Los pueblos tienen derecho a ver Telesur”, en *Revista de la Unión de Trabajadores de Prensa de Buenos Aires (UTPBA)/Agencia Nacional de Comunicación*, Buenos Aires, 19 de mayo, <<http://www.utpba.net/article139212.html>>.
- CAMBIO (2007), “Telesur: la prueba reina”, en *Cambio*, Colombia, núm. 711, febrero.
- CEBRIÁN HERREROS, Mariano (2004), “La difusión informativa entre la globalidad y la proximidad”, en *La información en la televisión. Obsesión mercantil y política*, Barcelona, Gedisa.
- EL NACIONAL (2005), “Telesur fracasará porque nadie le va a comprar el chavismo a Chávez”, entrevista a Antonio Pasquali, en *El Nacional*, Caracas, 8 de agosto, <http://www.wacc.org.uk/wacc/regional_associations/latin_america_articletelesur_fracasara_porque_nadie_le_va_a_comprar_el_chavismo_a_chavez>.
- EL TIEMPO (2007), “Canal Telesur defiende a su corresponsal en Colombia y ataca al Gobierno”, en *El Tiempo*, Bogotá, 12 de febrero.

- HERMAN, Edward y Robert MCCHESENEY (1997), *Los medios globales. Los nuevos misioneros del capitalismo corporativo*, Madrid, Editorial Cátedra.
- HIRIART, Pablo (2007), "Tv-Chávez en México", en *Excélsior*, México, 25 de junio.
- HIRIART, Pablo (2007a), "Chávez, aquí", en *Excélsior*, México, 27 de junio.
- LA JORNADA (2005), "Bloquean señal de Telesur en Colombia", en *La Jornada*, México, 2 de agosto.
- LA JORNADA (2006), "Expulsa Venezuela a agregado militar estadounidense y lo acusa de espionaje", en *La Jornada*, México, 3 de febrero.
- LA JORNADA (2006a), "Firman convenio de intercambio televisión hidalguense y Telesur", en *La Jornada*, México, 6 de diciembre.
- MACK, Connie (2005), "House ok's broadcasts to Venezuela", en <http://mack.house.gov/index.cfm?FuseAction=Articles.View&ContentRecord_id=107>, 21 de julio.
- MACK, Connie (2006), "New Alliance between Chavez's Telesur and Al-Jazeera creates global terror TV network", en <http://mack.house.gov/index.cfm?FuseAction=PressReleases.View&ContentRecord_id=173>, 1 de febrero.
- PRODUCTO (2005), "El norte Telesur", en Grupo Editorial Producto, Venezuela, núm. 262, septiembre, <<http://www.producto.com.ve/262/notas/medios.html>>
- RAMONET, Ignacio (1998), *La tiranía de la comunicación*, Madrid, Editorial Debate.
- RAMONET, Ignacio (1998a), "El pensamiento único", en *Pensamiento único vs. Pensamiento crítico*, Madrid, Le Monde Diplomatique/Editorial Debate.
- RAMONET, Ignacio (2005), "Telesur", en *Aporrea*, 4 de agosto, <<http://www.aporrea.org/actualidad/a15806.html>>.
- RED VOLTAIRE (2007), "Fuera de esa red de países que participan de Telesur queda México, un país dominado, según dijo, por el grupo de comunicación Televisa, propiedad de la familia Azcárraga", en *Red Voltaire*, 25 de enero, <<http://www.voltairenet.org/article144753.html>>.
- SERRANO, Pascual (2006), "Diez días en Telesur", en *Rebelión*, 4 de enero, <<http://www.rebellion.org/noticia.php?id=25049>>.
- TREJO DELARBRE, Raúl (2006), "Iberoamérica debilitada en sus propios medios", en *Tendencias 2006: Medios de comunicación. El año de la televisión*, España, Fundación Telefónica, <<http://www.telefonica.es/sociedaddelainformacion/pdf/publicaciones/tendencias/44.pdf>>

Sitios web de medios de comunicación

AGENCIA BOLIVARIANA DE PRENSA, <<http://www.abpnoticias.com>>.

AGENCIA DE INFORMACIÓN FRAY TITO PARA AMÉRICA LATINA (ADITAL), <<http://www.adital.com.br>>.

AGENCIA DE NOTICIAS LATINOAMERICANA O PRENSA LATINA, <<http://www.prensa-latina.org>>.

AGENCIA LATINOAMERICANA DE INFORMACIÓN (ALAINET), <<http://alainet.org>>.

AGENCIA LATINOAMERICANA DE SERVICIOS ESPECIALES DE INFORMACIÓN (ALASEI), <<http://www.alasei.net/index.php>>.

AGENCIA PERIODÍSTICA DEL MERCOSUR, <<http://www.prensamercosur.com.ar>>.

AL JAZEERA, <<http://www.aljazeera.net>> (árabe), <<http://english.aljazeera.net> News> (inglés).

APORREA, <<http://www.aporrea.org>>.

ARGENPRESS, <<http://www.argenpress.info>>.

BRITISH BROADCASTING CORPORATION (BBC), <<http://www.bbc.co.uk>>.

CABLE NEWS NETWORKS (CNN), <<http://www.cnn.com>>.

EURONEWS, <<http://www.euronews.net>>.

FRANCE 24, <<http://www.france24.com>>.

GENERAL ELECTRIC, <<http://www.ge.com>>.

GRUPO CLARÍN, <<http://www.grupoclarin.com.ar>>.

GRUPO TELEVISA, <<http://www.televisa.com.mx>>.

NEWS CORPORATION, <<http://www.newscorp.com>>.

NUESTRA AMÉRICA, <<http://www.nuestraamerica.info/home.hlvs>>.

ORGANIZACIÓN CISNEROS, <<http://www.cisneros.com>>.

ORGANIZACIÓN GLOBO, <<http://redeglobo.globo.com>>.

PERIÓDICO DEL SUR, <<http://www.periodicodelsur.net>>.

THE WALT DISNEY COMPANY, <<http://corporate.disney.go.com>>.

TIME-WARNER INC., <<http://www.timewarner.com/corp>>.

