



Casa abierta al tiempo

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA
Unidad Cuajimalpa

Telesur: estrategia política bolivariana para la integración de
América Latina

TESIS PARA OBTENER EL GRADO DE:

MAESTRA EN CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES

PRESENTA:

Gerly Lissette Corzo Ramírez

ASESORA:

Dra. Daniela Cerva Cerna

Maestría en Ciencias Sociales y Humanidades
Universidad Autónoma Metropolitana- Unidad Cuajimalpa
Abril de 2017

Índice

Introducción.....	5
Antecedentes: Orígenes y desarrollo de Telesur	10
1. La economía política de la comunicación y la cultura y sus contribuciones al estudio de los sistemas de medios en América Latina.....	15
1.1 Modelo público y privado de radiodifusión	17
1.1.1 Organización del sistema de radiodifusión en América Latina	23
2. El mapa geopolítico en América Latina y el papel de los medios de comunicación	32
2.1 Cambios políticos en América Latina al inicio del siglo XXI	32
2.2 Venezuela y La Revolución Bolivariana, líder en los cambios políticos latinoamericanos	39
2.3 La nueva integración regional.....	46
2.4 Nuevas legislaciones en telecomunicaciones en América Latina.....	48
3. La Revolución Bolivariana clave en la estructura organizacional de Telesur	53
3.1 La dependencia económica y política del gobierno venezolano	53
3.1.1 Toma de decisiones y modelo de financiación.....	53
3.2 ¿Cómo se producen los contenidos en Telesur?	62
3.2.1 Producción general, dirección de asignaciones y la alianza estratégica con Prensa Latina	63
3.2.2 Producción externa para Telesur.....	66
4. Mirarnos con nuestros propios ojos: la propuesta de contenido de Telesur.....	69
4.1 Línea editorial para la integración latinoamericana.....	70
4.2 Ejes estratégicos para la producción de contenidos y parrilla de programación.....	75
Conclusiones	79
Bibliografía	82

Agradecimientos

Sin duda el trabajo de investigación y escritura es un proceso en solitario, de dedicación y disciplina, pero haber llegado a este punto no hubiese sido posible sin el apoyo y el acompañamiento de muchas personas e instituciones que contribuyeron para llegar a buen puerto con la culminación de la maestría.

En primer lugar quiero extender el más sincero agradecimiento a mi casa de estudios en México, la Universidad Autónoma Metropolitana, unidad Cuajimalpa, por brindarme toda la experiencia académica e investigativa para el desarrollo profesional de mis estudios. También agradezco al Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT) por haber brindado un beca de sostenimiento con el fin de dedicarle tiempo completo a los estudios de posgrado, así como la ayuda económica recibida a través del programa de la Beca Mixta, con la cual realicé la estancia de investigación en el año 2013 en la ciudad de Caracas-Venezuela.

De manera destacada, agradezco a mi tutora, la Dra. Daniela Cerva Cerna, por la dedicación y acompañamiento en el proceso de investigación y en el apoyo de las dificultades personales que se me presentaron en el camino. Así como al Dr. Rodrigo Gómez, quién motivó a recorrer los abordajes teóricos de la línea de investigación en la que se desarrolló el tema trabajado. Y finalmente al Dr. André Dorcé, que contribuyó con sus comentarios y sugerencias a reflexionar sobre el problema propuesto.

Un elemento sobresaliente de esta investigación es la información recabada durante la estancia en Caracas, gracias al Mtro. Carlos Enrique Gúzman Cárdenas y la Mtra. Luisa Torrealba, del Instituto de Investigaciones de la Comunicación, ININCO de la Universidad Central de Venezuela, por la ayuda y asesoría en el tema. Así como a las directivas de Telesur, principalmente a su presidenta Patricia Villegas, por haber permitido el ingreso a las instalaciones del canal y puesto a disposición todo el personal requerido para las entrevistas realizadas. Y a los amigos Yennifer Medina, Robert Vivas y Aarón Corredor por la disposición para guiarme en la ciudad.

Agradezco el apoyo, la asesoría y la insistencia del Dr. Mario Barbosa Cruz, que siempre estuvo motivando para el avance del trabajo final.

Gracias a toda mi familia y especialmente a mi mamá, por creer en mi y apoyar de manera amorosa las metas que siempre me he propuesto. Así como a la familia que he ido encontrando en México, a mis grandes amigos Elizabeth, Ehecatl ,Areli , Gladys, Alejandro y Yolloxochitl. Y a los amigos colombianos Giobanna y Ramiro por estar siempre atentos.

Introducción

América Latina es un sub continente cambiante, lleno de diversidad y una historia común, con realidades adversas y múltiples contradicciones, que transita desde la resistencia de los pueblos, la represión y las hazañas de las luchas sociales. Ella como territorio identitario en su conjunto es el lugar de mi investigación, intentaremos conocer un poco de América Latina a través de un medio de comunicación, entendiendo las condiciones en las que nace y cómo se ha desarrollado en el marco de coyunturas políticas de la última década.

Los medios de comunicación son un aspecto importante que atraviesan las dinámicas sociales, edifican opinión pública, influyen en la construcción de identidades y logran segmentar a la masa en grupos y subgrupos a los que hay que producirles diferentes contenidos para su consumo. Mi objeto de estudio es un canal de noticias las 24 horas al día los 7 días a la semana, el cual surge como un proyecto político-estratégico impulsado por el gobierno venezolano a la cabeza del ex presidente Hugo Chávez (1954-2013), y que se propone ser la ventana mediática para promover la integración latinoamericana.

Desde el inicio del siglo XXI, la región latinoamericana ha venido experimentando algunos cambios políticos y económicos que han impulsado nuevos esquemas de integración, en contraposición a las iniciativas provenientes de los Estados Unidos principalmente. En este sentido el tema de los medios de comunicación, considerándolos como agentes poderosos, es un eje clave y en disputa para la gestión de los gobiernos progresistas de la región, esto, gracias a los elementos que han caracterizado al sistema de medios latinoamericanos dentro del campo de lo privado y comercial, respondiendo a intereses exclusivos de élites económicas. Es generalizado ver en todos los países una estructura similar en como se configuraron las empresas productoras de información y contenidos simbólicos, logrando posicionarse como instituciones con grandes niveles de legitimidad social, que en momentos coyunturales pudieron transmutar a roles históricamente asignados a los partidos políticos. Los medios de comunicación en América Latina y los procesos electorales se han convertido en los dos campos de disputa para legitimar cualquiera de las opciones que buscan el poder.

Así, los países que hacen parte de este bloque progresista que llegó al poder durante la primera década del siglo XXI y que en algunos casos se mantiene son: la Venezuela de Hugo Chávez y Nicolás Maduro, Ecuador con Rafael Correa, Bolivia con Evo Morales, Brasil con Luis Ignacio Lula da Silva y Dilma Rousseff, Argentina con Néstor Kirchner y Cristina Fernández, Uruguay con Tabaré Vázquez y José Mujica y Nicaragua con Daniel Ortega.

Dentro de este contexto geopolítico se enmarca la investigación, la cual tiene como interrogante central conocer cómo el funcionamiento de un medio de comunicación como Telesur se relaciona con los cambios políticos y comunicacionales que vienen ocurriendo en Latinoamérica desde el inicio del siglo XXI, para ello, los ejes de análisis serán su modelo de organización y producción informativa, en relación a su estrategia de comunicación vinculada al proyecto de integración Bolivariana para América Latina.

El análisis que hemos hecho tiene un corte temporal que inicia en el 2009 con el golpe de estado en Honduras, en el que derrocan al expresidente Manuel Zelaya, hasta el año 2013 fecha en que muere el ex presidente de Venezuela Hugo Chávez. Seleccionamos el cierre temporal con este acontecimiento, por la importancia que este personaje tiene no solo para Venezuela sino para la región latinoamericana como impulsor de los procesos de integración recientes. Analizamos este periodo porque son los años en que Telesur se define como una canal 100% de información noticiosa 24/7. Aunque también abordaremos los años iniciales del canal, cuando era una propuesta más diversa en su programación, así como algunas reflexiones acerca de las coyunturas actuales que vive el canal con relación a algunos países que hacen parte de la estructura inicial del canal.

Los objetivos específicos propuestos para este trabajo son:

-Contextualizar la forma y los modelos en que se estableció el sistema de medios públicos y privados en América Latina, con el fin de conocer histórica y estructuralmente las condiciones en las que surge Telesur.

-Analizar el carácter público y de servicio público que presenta el proyecto informativo de Telesur.

-

-Conocer la relación directa con las transformaciones políticas que se han presentado en algunos Estados latinoamericanos, especialmente en Venezuela, y las reformas en telecomunicaciones que han realizado estos países para entender el lugar que ocupa Telesur en este contexto.

-Describir la estructura organizacional que Telesur utiliza desde las instancias de toma de decisiones y el modelo de participación económica con los países miembros, para al final identificar la propuesta editorial que tienen y cómo se realiza la producción informativa.

-Analizar la relación de Telesur con el componente simbólico de la identidad latinoamericana

En este sentido, el proyecto busca comprobar las siguientes hipótesis de investigación:

-Existe una relación directa con las transformaciones políticas que se han presentado en algunos Estados latinoamericanos, especialmente Venezuela, para el surgimiento y desarrollo de una propuesta mediática como Telesur, que contribuye a contrarrestar la información negativa que generan los medios tradicionales hacía los gobiernos progresistas que financian y apoyan Telesur.

-La dependencia económica de Telesur al gobierno venezolano pone en riesgo la continuidad del canal a raíz de las crisis políticas que ha enfrentado el proyecto de la Revolución Bolivariana y otros gobiernos progresistas de América Latina.

En cuanto al abordaje teórico y metodológico, el campo académico en el que transita la investigación son los Estudios de Comunicación y especialmente en el marco de la línea de investigación de la Economía Política de la Comunicación y la Cultura (EPCyC). Este campo permitió el tratamiento del problema de investigación, ya que desde un principio el interés estaba en conocer el funcionamiento interno de Telesur con relación a las estructuras políticas y económicas que estaban en disputa en Venezuela y América Latina. El enfoque metodológico que propone la EPCyC es el histórico- estructural, lo que permitió hacer un recorrido por una historia de los sistemas de medios latinoamericanos en su conjunto, identificando similitudes y particularidades a grandes rasgos de los países miembros; así como la necesidad de comprender las causas económicas, políticas y sociales que se dieron como antesala al surgimiento un fenómeno de transformación política de varios países

latinoamericanos que se vivió en los primeros diez años del nuevo siglo. Ya con este contexto, fue más claro entender las relaciones de poder que se presentan en el manejo de un canal estratégico como Telesur, con el fin de develar la forma como se construye el imaginario informativo desde la línea editorial que emplean.

La metodología de la investigación es de carácter cualitativo y las técnicas empeladas para recabar información fueron desde la indagación documental, haciendo un recorrido por las diferentes documentos que se encontraron del objeto de estudio, desde tesis de maestría, artículos científicos y material hemerográfico de diferente medios impresos y digitales.

Para el análisis de contenidos del canal, visualicé su programación a través de su transmisión en línea por la página web.

Otra técnica fue la formulaicón de entrevistas a profundidad durante la estancia de investigación (julio-agosto de 2013) en Caracas-Venezuela, a diferentes personas que hacen parte de Telesur y analistas políticos Venezolanos, en total fueron trece personas entrevistadas durante este tiempo¹.

Otra técnica fue de observación participante, ya que tuve la oportunidad de conocer la infraestructura del canal, recorriendo sus instalaciones, desde los estudios de grabación, pasando por la sala de redacción, los camerinos, los espacios de sala de juntas y reuniones, hasta el comedor para las y los trabajadores.

También pude asistir a una clase de actualización periodística que gestiona las directivas del canal para la formación continua de sus periodistas, en la cual participó como ponente el

¹ Las personas entrevistadas fueron: Eduardo Rothe, asesor y fundador de Telesur; Consuelo Álvarez, Directora de Asignaciones; Waldo Ramírez, Director de Programación y Representante de Cuba en Telesur; Belén Santandreu, analista web Telesur; Yeimi Ramírez, Directora de Multimedia; Sara Caballero, Directora Distribución y Comercialización, Relaciones Internacionales y Comunicación Corporativa; Andrés Izarra, Ministro de Turismo, ex Ministro de Comunicaciones y ex Presidente de Telesur; Adriana Orejuela, Directora de Programas Informativos; Luisa Torrealba, Universidad Central de Venezuela; Patricia Villegas, Presidenta de Telesur; Maryclen Stelling, Directora Observatorio General de Medios y Aram Ahronian, ex presidente de Telesur.

periodista colombiano Hollman Morris y el ex Secretario General de la UNASUR, Alí Rodríguez.

Este trabajo de investigación se ordena de la siguiente manera: en el primer capítulo expondremos los componentes teórico-metodológico, para conocer las contribuciones de la Economía Política de la Comunicación y la Cultura y así trabajar desde este enfoque nuestro objeto de estudio llamado Telesur; teniendo como referencia el método histórico estructural. Desarrollaremos las definiciones de las diferentes aristas que tiene el concepto de medios públicos con el fin de ubicar y entender el lugar que juega Telesur.

Siguiendo con el contexto histórico de cómo se formó el sistema de medios en América Latina y terminando con la propuesta del informe Mc Bride, destacaremos su recepción por parte de las diferentes reformas en telecomunicaciones realizadas en algunos países latinoamericanos y dentro de los cuales surge Telesur. Con esto intentamos demostrar las condiciones históricas en las que se desarrolló el sistema de radiodifusión latinoamericano y con ello comprender el escenario y las razones estructurales en que llega el canal informativo a ubicarse entre el ecosistema monocromático de la información.

En el segundo capítulo nos concentraremos en exponer las razones y consecuencias del viraje político que aconteció en la primera década del siglo XXI; para eso primero identificaremos una de las causas que ocasionaron esos cambios, y es la instauración del modelo neoliberal en las décadas de los 80's y 90's en América Latina, describiendo rápidamente cómo se vivió el fenómeno de instauración y ruptura en algunos países como Venezuela, Argentina, Ecuador y Bolivia.

Bajo ese contexto le daremos un apartado para exponer las razones por las que llega al poder un personaje como Hugo Chávez en Venezuela y la propuesta política de la Revolución Bolivariana, ya que es el fundamento ideológico en el que se enmarca el nuevo regionalismo estratégico y el proyecto de integración en latinoamericana en el que surge Telesur.

Seguidamente nos detendremos en exponer la llegada al poder de los otros gobiernos progresistas en la región, para al final presentar las diferentes reformas en materia de telecomunicaciones que esos nuevos gobiernos decidieron impulsar.

Finalmente en el tercer y cuarto capítulo, analizaremos como desde su creación y su dinámica interna Telesur tiene como base fundamental contribuir a la integración latinoamericana, es decir, el mismo canal es producto de esta propuesta y trabaja en sus contenidos para ese fin.

Antecedentes: Orígenes y desarrollo de Telesur

La creación de Telesur, según testimonios de sus fundadores, responde a disímiles versiones que tienen relación. Eduardo Rothe, asesor del canal, en entrevista personal realizada el 23 de julio de 2013, manifiesta que el origen de Telesur es “realmente una leyenda (...) no se puede decir que es un sueño realizado, porque nunca nadie se atrevió a soñar con eso, lo más que llegamos a soñar fue con una agencia de prensa, a nadie se le había ocurrido en la posibilidad de la televisión, porque la televisión es carísima y menos con un canal internacional regional.”

Para él, como una de las personas que ha estado desde el inicio en el canal, la idea tomó forma en una reunión de la FELAP (Federación Latinoamericana de Periodistas) realizada en la Habana en el 2001, donde periodistas de toda la región discutieron la necesidad de crear un medio de comunicación audiovisual hemisférico con el fin de contraponer los discursos de cadenas como CNN en español. Es importante destacar que desde estas instancias gremiales de alcance regional desde años atrás venían discutiendo la desigualdad en el flujo de información, un poco impulsados de los hallazgos que el informe McBride había presentado en los años 80's.

cada uno de los periodistas de América Latina iba y echaba su cuento, su diagnóstico, y como a las dos de la mañana Fidel dice “si seguimos con los diagnósticos se nos va a morir el paciente” y alguien dijo vamos a plantearle la idea a Chávez, creo que Ignacio Ramonet y Roberto Savio se la presentaron a Chávez, Chávez buscó a Andrés Izarra quien era el jefe de la mesa latinoamericana de CNN e hijo de un camarada, entonces llamó a varias personas si se quiere lo que es hoy el Consejo Consultivo como: Atilio Borón, Eduardo Galeano, gente de toda América Latina para comentarles y preguntarles, Chávez preguntó qué se necesita, y creo que fue Ramonet

quien le dijo “varios camiones llenos de millones de dólares y talento que en América Latina sobra (E. Rothe, comunicación personal, 23 de julio de 2013).

Por su parte que Andrés Izarra, primer presidente de Telesur y ex Ministro de Comunicación e Información, afirma que Telesur:

es una idea de Hugo Chávez, como un líder del sur, en su intento de crear un poder propio dentro de Suramérica, de rescatar la identidad latinoamericana, de darle a nuestros recursos y a nuestros valores un poder propio, hablaba de que teníamos que crear la unión latinoamericana y comenzar a crear instituciones que fomentaran esta unión, tener una empresa petrolera del sur, gasífera del sur, una empresa de transportes del sur, una comercializadora del sur y comenzaron a crearse diferentes instancias políticas y económicas como fue la UNASUR, CELAC, ALBA, y rescató los antiguos proyectos de la UNESCO y lo que él hablaba era en crear una televisora del sur. (A. Izarra, comunicación personal, 11 de agosto de 2013)

Por su parte, la socióloga y coordinadora del Observatorio Global de Medios, Maryclen Stelling sostiene:

la idea de crear un canal que respondía al principio de mirarnos con nuestros propios ojos, es de un periodista uruguayo-venezolano Aram Aharonian y él se la ofrece al presidente Chávez y encajaba perfectamente esa creación dentro de toda la estrategia de integración latinoamericana que emprendió Chávez. Telesur encaja en la idea de la gran patria latinoamericana y hacerle la competencia o la contra a un CNN. (M. Stelling, comunicación personal, 21 de agosto de 2013).

No obstante los hechos indican que es en el 2004 cuando el presidente Hugo Chávez, después del fallido golpe de estado perpetuado a su gobierno en abril de 2002, en el que el papel de los medios de comunicación privados locales ejercieron un papel trascendental en alianza con la oposición que impulsó el derrocamiento, este episodio es llamado el “golpe mediático”. Después de dos días el expresidente Chávez regresa al poder y emprende la tarea de radicalizar su proyecto político, en el que está incluida una estrategia comunicativa. Es así, que en el documento “*La nueva etapa, nuevo mapa estratégico*” ubica justamente lo

comunicativo como segundo derrotero para afianzar la Revolución Bolivariana. De esta planeación es donde se vislumbra la creación de Telesur, que verá la luz con su primera transmisión el 24 de julio de 2005.

Eduardo Rothe recuerda lo difícil que fueron esas primeras reuniones en la concepción de la idea de un canal latinoamericano y caribeño.

se abrió la voz y llagaron periodistas de Chile, Argentina, Uruguay, de todas partes para participar (...) Colombia, Cuba, Argentina y Venezuela fueron determinantes al principio, pero al inicio había una discusión sobre lo que debía ser el canal, la idea de Telesur era diferente para los colombianos, para los argentinos; había gente que querían un canal mixto (privado-oficial), los cubanos querían un canal educativo prácticamente doctrinario, otros querían un canal con publicidad paga, otros publicidad de los estados paga pero no privada, en fin eso fue todo un proceso para definir la línea del canal. Inclusive para definir los colores de Telesur fue una discusión de un mes donde todas las escuelas de comunicación y diseño de Cuba estuvieron ahí presentando opciones del logo y el eslogan “nuestro norte es el sur” también vino en esa época (E. Rothe, comunicación personal, 23 de julio de 2013).

La Nueva Televisora del Sur (TV. SUR) fue creada a través del decreto presidencial N° 3.445 del 24 de enero de 2005, “cuyo capital social estará constituido 100% por la República Bolivariana de Venezuela (...) será un medio de comunicación hemisférico, a través del cual se difundirá una visión real de la diversidad social y cultural de América Latina y el Caribe para ofrecerla al mundo.” (Gaceta oficial de la República Bolivariana de Venezuela) Pero fue hasta el 24 de julio de 2005 que la señal de Telesur sale al aire.²

La primera oficina de Telesur estuvo ubicada en el Ministerio del Poder Popular para la Comunicación e Información (MINCI) en Caracas, después tuvieron otras tres oficinas temporales separadas, lo cual dificultaba la gestión en la producción audiovisual.³

² La fecha del 24 de julio fue escogida porque es el natalicio de Simón Bolívar

³ En estos momentos la sede principal de Telesur se encuentra ubicada al este de Caracas, un edificio de cuatro niveles en donde se coordina toda la producción informativa del canal.

En los inicios la mayoría de los contenidos eran de producción externa, se transmitían películas, documentales y reportajes todos con relación a las realidades latinoamericanas. Durante los doce años de que lleva Telesur al aire se pueden identificar dos momentos en cuanto a la oferta de contenidos: la primera es desde el 2005 hasta el 2009 en donde el canal ofrecía una programación equilibrada entre información noticiosa, documental y ficción; la segunda es a partir del 2010 cuando empiezan a plantearse como un canal informativo, así lo recuerda Waldo Ramírez, Director de Programación y representante de Cuba en Telesur.

Telesur surge como un canal más generalista que informativo, con el paso del tiempo va adquiriendo peso la información en el canal (...) en el 2009 – 2010 que es cuando yo aprecio que comienza una evolución marcada, eso trae como consecuencia un proceso de transformación de la parrilla de Telesur, de un canal generalista a un canal informativo, esa parrilla en el año 2011 se encuentra en fase de evolución y esa evolución se concreta en el 2012, en ese año la parrilla queda muy cercana a lo que queríamos y lo que debía tener un canal informativo como este (W. Ramírez, comunicación personal, 01 de agosto de 2013).

En este sentido Sara Caballero, Directora de distribución, comercialización, relaciones internacionales y comunicación corporativas de Telesur, menciona que este cambio a un canal informativo se plantea después del golpe de estado en Honduras al presidente Manuel Zelaya (28 de junio de 2009). En donde Telesur jugó un papel importante ya que fue el primer medio de comunicación que informó sobre lo acontecido.

Este nuevo objetivo del canal se ve reflejado en su imagen corporativa como algunos cambios en el logo, slogan y estudios de grabación. En el logo sólo se matizaron los colores dando “la idea de unos lentes por los cuales se puede mirar la realidad”(S. Caballero, comunicación personal, 10 de agosto de 2013); en cuanto al *slogan* comparten el que está desde el inicio de Telesur “Nuestro norte es el sur” y el nuevo “La señal informativa de América Latina”. Sobre estos cambios la Directora de la Mesa de Asignaciones Consuelo Álvarez comenta:

nuestro norte nunca ha dejado de ser el sur, lo que hubo fue un refrescamiento de la imagen porque nosotros cambiamos, cambiaron los estudios y nos convertimos fundamentalmente en un canal informativo, pero eso no hace que cambie el contenido, pasamos de transmitir tantos documentales y películas y viendo la capacidad de producción, pasamos a ser un canal informativo con el mismo enfoque que tenemos; nuestro contenido es básicamente el mismo. ¿Por qué la señal informativa de América Latina? porque queríamos que otra gente nos viera, y la gente te ve mejor cuando tu slogan es menos político, eso no significa que el contenido de Telesur haya cambiado, yo creo que hoy en día somos más políticos que hace un año pero la gente se acerca a Telesur con otros ojos (Álvares. C, comunicación personal, 30 de julio de 2013).

Con este recorrido de los antecedentes que dieron origen a Telesur, desde las personas que hacen parte del canal, quisimos adentrarnos brevemente en nuestro objeto de estudio, para que en los capítulos siguientes podamos ir ubicando su lugar dentro de las realidades políticas latinoamericanas. En el capítulo tres y cuatro, profundizaremos más en su estructura interna y en las líneas que manejan para producir y distribuir la información.

1. La economía política de la comunicación y la cultura y sus contribuciones al estudio de los sistemas de medios en América Latina

Telesur es un canal de noticias que surge con base a una propuesta política para contrarrestar la información de las cadenas de noticias privadas y hegemónicas. En este sentido, este primer capítulo pretende exponer los abordajes teóricos que propone la Economía Política de la Comunicación y la Cultura (EPCyC) para entender y analizar el caso de Telesur en el ecosistema de medios latinoamericanos y las relaciones de poder que se presentan en su funcionamiento. En primer lugar, plantearemos las líneas de trabajo en las que se concentra la EPCyC y específicamente en cuál se desarrolla nuestra investigación. Seguidamente recorreremos la historia de cómo surgió el sistema de medios en América Latina, específicamente la televisión, describiendo las influencias y el desarrollo, lo que nos llevará a la necesidad de entender las particularidades que componen la propuesta pública y comercial de radiodifusión. Para terminar, conoceremos en qué consistió el informe Mc. Bride con relación a la propuesta del Nuevo Orden Mundial de Información y Comunicación (NOMIC) para saber qué especificidades de éste atiende la creación de Telesur, y las carencias que también ha presentado a lo largo de los 11 años de funcionamiento.

La Economía Política de la Comunicación y la Cultura (EPCyC) es una línea de investigación de los Estudios en Comunicación que se sustenta en varias disciplinas de las ciencias sociales y las humanidades, principalmente de la sociología, economía e historia. Su objeto de estudio son las relaciones sociales de poder que se tejen en el marco de las industrias culturales bajo un sistema capitalista, entendidas éstas como “(...) el conjunto de ramas y actividades auxiliares industriales productoras y distribuidoras de mercancías con contenidos simbólicos, concebidas por un trabajo creativo, organizadas por un capital que se valoriza y destinadas finalmente a los mercados de consumo, con una función de reproducción ideológica y social” (Zallo.1988:26).

La EPCyC ha concebido estudiar a las industrias culturales dividiéndolas en dos sectores: las industrias en telecomunicaciones y las industrias mediáticas (prensa, radio, televisión, cine, internet), investigando las conexiones de propiedad, las estructuras corporativas, las formas de financiación y las estructuras del mercado (Gómez, Sánchez; 2011:2). Para nuestro objeto

de estudio nos volcaremos a investigar la línea de la EPCyC que desde lo económico busca conocer “(...) la propiedad, los mecanismos de financiación y las políticas públicas que influyen en el comportamiento de los medios” McChesney, 2000:110 (Citado en Gómez, Sánchez; 2011); por eso más adelante conoceremos las estructuras de toma de decisiones de Telesur y a su vez cómo se financia el canal y la influencia de este factor económico en los contenidos que produce y difunde.

Golding y Murdock, (citado en Gómez, Sánchez: 2000), también señalan desde un enfoque histórico de la EPCyC, que es importante indagar sobre “el desarrollo de las industrias culturales [televisivas, cinematográficas y del vídeo, etc.]; la extensión de su rango corporativo; su mercantilización y; el cambiante rol de la intervención del Estado y los gobiernos en la producción cultural”, así el proyecto contempla reconstruir las condiciones históricas en que se instauró el sistema de medios en América Latina, los modelos de servicio escogidos y las contradicciones que se fueron presentando a lo largo de su desarrollo, así como las coyunturas políticas en las que se enmarca el proyecto de Telesur y específicamente las reformas en leyes de telecomunicaciones que sustentan en parte su creación y funcionamiento.

El método histórico-estructural es el propuesto para la investigación en EPCyC, según Sánchez (1991) éste permite un abordaje multidisciplinar para comprender la sociedad desde el funcionamiento de la industria mediática, ya que están constituidos por un

“(...) nexo complejo de elementos con múltiples dimensiones, relaciones y determinaciones mediadoras, que puede ser descrito y analizado a diversos niveles de generalidad y abstracción en una forma sistemática. El fin último del modelo que propone es llegar – algún día, en algún momento – a explicar las múltiples determinaciones que constituyen históricamente a los medios, jerarquizando las articulaciones sociales determinadas, para llegar a una mejor comprensión de su complejidad y multidimensionalidad” (Sánchez. 1991:67)

Este método permite analizar las condiciones en que se crean y desarrollan las industrias culturales desde tres áreas: 1) *las mediaciones históricas y estructurales*, que para nuestro caso de estudio, referencia sobre cómo se conformó y desarrolló el sistema de medios en América Latina, así como conocer las condiciones políticas, económicas y sociales que

atravesaba Venezuela a la llegada al poder de Hugo Chávez y en el marco de ese proceso político cómo llega Telesur; 2) *las medicaciones institucionales-organizacionales*, que atenderá en primera instancia el nuevo regionalismo estratégico en el marco de la propuesta de integración latinoamericana impulsada por el gobierno venezolano, también veremos cómo los factores políticos y económicos que inciden de forma directa en la estructura y funcionamiento del canal informativo. Por último 3) *las mediaciones expresivas*, acá nos detendremos en exponer los ejes estratégicos en los que se basa la línea editorial del canal como eje fundamental para producción de contenidos audiovisuales.

1.1 Modelo público y privado de radiodifusión

Determinar los límites y las diferencias que caracterizan una televisión pública, de interés público o de servicio público, es una tarea compleja que varios autores han trabajado para marcar una difusa línea que separe un interés del otro, por lo ambiguo, cercano y elástico que están los tres términos. Haremos un recorrido por esa conceptualización, intentando ubicar a Telesur con sus especificidades y analizando los alcances y carencias que enfrenta el canal.

La continua innovación tecnológica desde principios del siglo XX en la creación y mejoramiento de los medios de comunicación (cine, radio, televisión, internet) ha provocado una serie de cambios en la sociedad, en la manera de conocer, aprender y comunicarse; estas dinámicas permite que se llame *sociedad de la información*, la cual se caracteriza por ser el escenario donde las personas y las instituciones dependen cada vez más de la información transitada para funcionar entre sí (McQuail, 1998). La acción de comunicar como principio de la humanidad y a su vez de la *sociedad de la información* se presenta en dos esferas la privada y la pública. La primera está asociada a lo económico y a un lujo privado opcional, mientras que la segunda hace referencia a un valor socio-político y a la necesidad de comunicar como un derecho fundamental (Ortega, 2006: 35).

Pasando a un sentido más amplio, Patricia Ortega también hace una relación de lo público con lo privado mencionando que:

...en el marco de relaciones entre Estado y mercado, lo público es identificado con la administración gubernamental de modo que el sector público y el sector privado se

equiparan a gubernamental y a no gubernamental. Otra asociación que ha sido habitual en este contexto, explica Rabotnikof, es la de identificar lo público con lo político y estatal así como relacionar lo privado con la propiedad o el interés particular. (2006: 35).

Para determinar en dónde se da lo público, para eso debemos remontarnos a la noción de esfera pública que Habermas describe como “el espacio metafórico al alcance de todos, resguarda legalmente de la opresión del Estado o la Iglesia, para la libre expresión de opiniones y reclamos de intereses, para el debate racional y la toma pública de decisiones sobre temas políticos y judiciales.” (Habermas, citado en Ortega, 2006)

Pero no es en la modernidad y el triunfo de la burguesía sobre el feudalismo, dónde se inaugura una concepción de la esfera pública, los griegos ya trabajaban esta dualidad de lo público y lo privado: Barbero y Rey (1999) afirman: “Ser político, vivir en una polis, significaba que todo se decía por medio de la palabra y de persuasión y no con la fuerza de la violencia. Por ello el político era un *rethor*. La retórica se entendía como el arte de hablar en público, de convencer, de persuadir. La unión de retórica, comunicación y política es inseparable.”

Con estos antecedentes el concepto de *público* tiene dos definiciones principales, la primera como adjetivo que se refiere a lo abierto, lo disponible, lo que es colectivo y la segunda como sustantivo, que son los sujetos, personas o ciudadanos que comparten y buscan intereses en especial con políticas que promuevan bienestar (Mc Quail, 1999: 26).

La *comunicación pública* son las redes o canales en donde se gestan los flujos de información y relaciones sociales que permiten una interacción interpersonal o masiva en espacio y tiempo determinados, por ejemplo las vías férreas, los correos postales, el teléfono, los noticieros radiales o televisivos, entre otros (Mc Quail, 1999).

El concepto de *interés público* se define como el conjunto de beneficios sociales, económicos, políticos e informacionales que diferentes sujetos, comunidades o sociedades buscan en menor o mayor medida de su realidad; el interés público puede variar con relación a la cultura y las intencionalidades que un grupo de personas quieren llegar a tener. También puede ser utilizado “como un dispositivo ideológico destinado a ocultar ambiciones

regulatorias injustificadas de los gobiernos o incluso como un arma ofensiva de libertades más fundamentales como las de expresión o de empresa comercial.” (Mc Quail, 1999: 27).

Anthony Downs (1962) (citado en Mc Quail, 1999) presenta tres formas de abordar el problema de interés público: la primera acerca de la voluntad del pueblo, es decir lo que quiere la mayoría de los ciudadanos; la segunda por algún parámetro absoluto de valores, en esta no importa tanto los requerimientos o deseos de los ciudadanos y la tercera a través de una manera realista de las consecuencias de ciertos métodos de decisión, el interés público se define según esas decisiones aprobadas.

Virginia Held (1970) (citado en Mc Quail, 1999), también ofrece tres variantes de la teoría de interés público:

a) *Teoría de la preponderancia*: es la suma de intereses individuales que se considera soberana, a través del voto, por el funcionamiento del mercado, por el cálculo experto de la suma de costos y beneficios, por el peso de la opinión pública y por la afirmación de algún poder dominante que determine el resultado. En este caso el interés público no puede caer en el perdedor.

b) *Teoría del interés común*: aquellos intereses que todos los miembros tienen en común, por ejemplo los servicios básicos de transporte, servicios públicos (agua, luz, teléfono), los sistemas de defensa, justicia y financiero.

c) *Teoría unitaria*: El interés público es visto como lo que mejor concuerda con un esquema único ordenado y coherente según el cual lo que es válido para uno es válido para todos.

La noción de *servicio público* se caracteriza por ofrecer beneficios a la sociedad en cuanto a la cobertura universal, servicio a diferentes regiones geográficas vinculando a minorías sociales, étnicas y económicas; relevancia a la promoción de identidades y la cultura nacional y un óptimo servicio educativo, informativo, cultural y de entretenimiento para esas audiencias que los consumen.

También este concepto debe responder a las necesidades e inquietudes que la población en general tenga de los derechos que deben ser satisfechos por parte del Estado, es decir, el

servicio público estará en buena medida ligado con las relaciones de poder que existen entre un gobierno y la ciudadanía, unos como ejecutores de obras y los otros como usuarios y veedores del funcionamiento (De Mateo y Bergés, 2009).

De acuerdo con la caracterización de estos conceptos, podemos decir que un medio de comunicación -ya sea de financiación privada o estatal en prensa, radio, televisión o digital- es público, con relación a su adjetivo, porque tiene la característica de ser abierto, disponible y colectivo. Mientras que en su definición como sustantivo, para que un medio sea público, debe enfrentarse y cubrir las características de interés público y de servicio público (sobre todo a esta última), e intentar promover un equilibrio ideológico, económico y político para su “ideal” funcionamiento al servicio de una sociedad (Ortega, 2006).

Teniendo en cuenta esta suma de conceptos para entender las diferencias entre los servicios públicos y privados de radiodifusión, a continuación vamos a presentar algunas conclusiones acerca del lugar que ocupa un canal como Telesur en este marco de referencia.

Podríamos decir que Telesur es un medio de comunicación con algunas características de *servicio público*, y maneja información y contenidos audiovisuales de *interés público*, que busca consolidarse como estrategia simbólica para la integración de la región latinoamericana.

Con base en este modelo público, Gibbons (como se citó en Ortega, 2006), señala dos características fundamentales que debe tener una televisión pública:

- 1) La universalidad en el servicio, refiriéndose tanto a la diversidad de los contenidos de la programación como al alcance geográfico. Para Gibbons, toda la población tiene el derecho de recibir el mismo nivel de servicio en todo el territorio nacional, es decir, este servicio deberá llegar tanto a los habitantes que viven en los lugares más apartados como a los de las principales ciudades. Por lo tanto, su idea de universalidad presupone que el contenido de la programación deba estar pensado para todos los intereses y gustos de una audiencia que está integrada por cambiantes mayorías y minorías.
- 2) La segunda característica es la responsabilidad cultural; eso significa que

la programación deberá brindar a la audiencia no sólo información y educación sino también entretenimiento, a través de programas creativos de calidad.

Con relación a estos puntos mencionados, se identifican las siguientes aproximaciones que Telesur logra impulsar desde su propuesta hasta el año 2013 análisis que se desprende de la revisión programática del canal desde el año 2009 al año 2013:

- En cuanto a la universalidad de contenidos Telesur ofrece espacios desde los informativos (Telesur Noticias, Síntesis), programas de opinión (Mesa redonda internacional, Agenda abierta, Dossier, Cruce de palabras), económico (Impacto Económico), culturales (Vidas, MP3 Gira Latina, Sala A, Maestra Vida), ecológicos (Zona verde), deportivos (Deportes Telesur, Guía tu cuerpo, Nuestra América deportiva, De Zurda), con perspectiva de género (Con nombre de mujer, ConGénero), documentales (Reportajes Telesur, Realidades, Memorias del fuego)⁴, entre otros. Pero ¿logra Telesur abarcar todas las realidades, historias y acontecimientos de América Latina? Con su enfoque de visibilizar a los pueblos latinoamericanos que no han sido reconocidos por los medios de comunicación tradicionales ¿no invisibiliza las manifestaciones, discursos y prácticas de los grupos históricamente hegemónicos en la región? Y siendo así ¿qué tipo de integración busca construir?

La universalidad geográfica es muy importante para este multimedio, con el fin de que sus contenidos lleguen a todos los espacios del continente y también en otros lugares del mundo. A pesar que la señal se encuentra disponible de manera gratuita en diferentes satélites que cubren toda América, Europa, parte de Medio Oriente, Asia y el norte de África⁵, los gobiernos de algunos países latinoamericanos, sobre todo el bloque de países en los que sigue predominando el modelo neoliberal (México, Colombia, Perú, Panamá) no han permitido la entrada en señal abierta del multimedio, por no estar a fines con la línea editorial que promueve. Los países latinoamericanos

⁴ www.telesurtv.net/programacion

⁵ Galaxi 19 (Norte y Centro América y el Caribe), NSS 809 (Centro y Sur América), Astra 1L (Europa y África), Hispasat E2H1C (Europa y África) y Hotbird 8 (Europa, Norte de África, Medio Oriente y Asia). <http://www.telesurtv.net/el-canal/cobertura-satelital>

que no están en el esquema de financiación, ofrecen la señal a través de televisión de paga, debido a estas dificultades en la cobertura de la señal, Telesur ha implementado una estrategia de comunicación a través de la redes sociales, y la promoción de la señal en vivo a través de internet; generando alternativas de interrelación con las audiencias que ven en Telesur otra manera de informarse (⁶).

En este sentido, la convergencia tecnológica no debe ser vista como un sinónimo de extensión de formatos tradicionales como la radio y la televisión. La perspectiva actual, y el reto que esto implica para los medios públicos, gira en torno al carácter acumulativos de formatos – multiplataforma. Entender las capacidades y ventajas de cada uno de estos canales de transmisión en función de los contenidos que serán transmitidos a través de ellos es fundamental para los medios públicos en la actualidad.” (Juárez. 2011: 151)

- La segunda característica de la televisión pública que menciona Gibbons es la responsabilidad cultural, en el sentido de que los sistemas de televisión pública también deben pensar en entretener además de informar y educar. En este punto hay que dejar claro que Telesur es un canal 100% informativo, todos los contenidos están dirigidos a informar, por esta razón no hay cabida para el entretenimiento entendido como ficción. Aunque en el mes de agosto de 2013, el canal lanzó un *Reality* histórico llamado “*La campaña admirable*” en el cual cuatro jóvenes latinoamericanos (Venezuela, Colombia y Ecuador) emprendían un viaje desde el norte de Colombia hasta Caracas, haciendo el recorrido que el libertador Simón Bolívar realizó en 1913 en la gesta independentista en Sur América.

Así como la producción, distribución y consumo determina que un medio sea o no público, también es necesario identificar las características administrativas y organizacionales que debe llevar un medio público para el difícil manejo de intereses y parcialidad que caracteriza a las organizaciones mediáticas, elementos que presentaremos en el capítulo 3 de este trabajo.

⁶ “teleSUR celebra 7 años de crecimiento y buen periodismo” en <http://m.telesurtv.net/articulos/2012/07/24/telesur-celebra-7-anos-de-crecimiento-y-buen-periodismo-7758.html>

En conclusión Telesur es un multimedio de interés público al servicio de la integración latinoamericana propuesta por el proyecto político de la Revolución Bolivariana, su parrilla de programación recoge los intereses de información y perspectiva de ciertos sectores sociales de la región, que ven en Telesur la oportunidad de informarse y conocer desde otros ángulos y estéticas el acontecer latinoamericano y del mundo. Pero también queda limitado el tratamiento de la información con relación a los países miembros.

Al recorrer la diferencia entre un sistema público y privado, e identificar las características y variantes que recoge el primero, intentando ubicar nuestro objeto de estudio, con el fin tener una mejor comprensión de su rol bajo el sistema de medios; ahora nos detendremos en indagar en cómo ese sistema se desarrolló en América Latina, conociendo las condiciones políticas y económicas en las que se desarrolló, para comprender el escenario general en el que se instaura la propuesta de Telesur.

1.1.1 Organización del sistema de radiodifusión en América Latina

En los años 50 llegó la televisión a la mayoría de los países latinoamericanos. Desde entonces existían en el mundo dos modelos de radiodifusión, el europeo y el estadounidense. El primero concebido como medio público, y el segundo caracterizado por ser un sistema comercial o privado.

El sistema público europeo se instauró con una financiación importante del Estado y otra por parte de los ciudadanos a través del canon, ésta condición le permitía cierta independencia de los gobiernos y procuraba generar contenidos de interés general para toda la población, esto varió de acuerdo a los países europeos. El caso más representativo es la *British Broadcasting Corporation* (BBC) que nació como empresa pública en 1926 con una importante independencia política y económica y una producción radial y televisiva diversa, en la que predominaba una oferta educativa y cultural. Ortega menciona “La organización de su estructura interna, la constitución de sus órganos de evaluación, su relación con los grupos de poder y su capacidad para transformar su programación siempre con criterios de calidad y creatividad han sido los elementos que han hecho de la BBC un referente obligado en la revisión de los modelos de televisión pública” (2006:64).

En cambio, el modelo comercial estadounidense le interesó obtener su independencia a través de la venta de espacios publicitarios que alcanzaran a financiar la producción de contenidos con características de interés público. En este caso los dueños de los medios son grandes empresarios que buscan lucro para fortalecer sus compañías y permitir un crecimiento comercial.

En la mayoría de países de América Latina se adoptó el modelo comercial, con algunas excepciones en su momento como fueron Chile (1958) y Colombia (1954) que si crearon sistemas de radiodifusión públicos; pero en general fue el sector privado quién vislumbró el potencial económico e ideológico que representaba ser los dueños de los servicios de radio y televisión en la región.

en los años cincuenta, fecha de comienzo de la mayoría de las emisiones televisivas en América Latina, las empresas privadas e instituciones de cultura sufrieron la influencia determinante del modelo comercial de Estados Unidos. La cercanía geográfica, los vínculos con el capital de la nación más desarrollada y la consistente política de injerencia estadounidense hicieron que se tomase con reservas la experiencia de los monopolios públicos establecidos por los gobiernos del continente europeo. La mayor parte de los países de la región latinoamericana adoptaron el esquema mercantil y, por tanto, el servicio público de televisión quedó relegado a un segundo plano; sin embargo, con excepción de pequeñas naciones caribeñas y centroamericanas, no hubo país que no mantuviera al menos un canal televisivo en manos del estado o de asociaciones civiles sin fines de lucro (Toussaint, 2011: 21-22).

Los pocos medios públicos creados en la región, se caracterizaron por ser medios gubernamentales o estatales, es decir, si bien estaban financiados con dineros públicos, se encargaron de producir y difundir intereses que representaban el ideal de nación por parte del gobierno de turno; en segundo lugar, algunos casos no le apostaron a la producción de contenidos de entretenimiento, que lograran competir con la oferta privada; y en tercer lugar, dejaron que el acelerado desarrollo tecnológico condicionara la versatilidad y creatividad en la producción (Fuenzalida, 2006).

Sin una voluntad política por parte de los Estados por equilibrar la balanza en la distribución de señales de radiodifusión, la concentración en este sector ha sido una constante a los largo

de la historia de los sistemas de medios en la región y el mundo, aunque a partir de la primera década del siglo XXI hubo cambios importantes, que más adelante abordaremos.

El artículo 19 de la Declaración Universal de los Derechos del Hombre, menciona: “Todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y de expresión; este derecho incluye el no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir informaciones y opiniones, y el de difundirlas, sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión.” Este derecho humano a la comunicación le apuesta a la consolidación de un pluralismo informativo y cultural en el campo de la producción, distribución y consumo de los mensajes producidos por las industrias culturales, específicamente los medios de comunicación, lo que garantizaría “el acceso y la participación ciudadana en la puesta en circulación social de los mensajes” (Mastrini y Becerra, 2006:41), pero con la concentración en este sector este derecho muy poco se cumple en la mayoría de países latinoamericanos.

Ya hemos mencionado que desde la llegada de la televisión a nuestros países se acogió el sistema comercial y se robusteció éste en comparación con la oferta pública o gubernamental. Mastrini y Becerra destacan que ya en los años 60 y 70 habían estudios en los cuales manifestaban los altos niveles de concentración de la prensa, en una relación de poder político, poder económico y propietarios de los medios que marcaba el escenario de concentración de radiodifusión. Pero los autores también mencionan que es a finales de los años 80 a raíz del proyecto de liberalización económica propuesto desde el consenso de Washington, que se incrementa el poder de las empresas mediáticas, concentradas en pocas manos, así como se potencializa la difusión de contenidos audiovisuales provenientes de los EE.UU, sobretodo en el caso del cine y la televisión. Con la liberalización de los mercados y las restricciones del Estado en controlar los flujos comerciales culturales, tendríamos un escenario donde predominaba lo comercial, había ausencia de lo público, y así una insuficiente pluralidad informativa y cultural para los países Latinoamericanos.

Mastrini y Becerra, destacan que en un estudio de Djankov publicado en el 2001, llamado ¿quiénes poseen los medios? Menciona que para la fecha, “América Latina es la región con menor participación del Estado en la propiedad de los medios gráficos y audiovisuales”, lo que daba como resultado, una pobreza en el tratamiento de la información, opiniones limitadas a las realidades y un propuesta estética estandarizada tanto en lo informativo como

en el entretenimiento. Los grupos mediáticos con mayores niveles de concentración en América Latina son: Televisa en México, el grupo Cisneros en Venezuela, Globo en Brasil y Clarín en Argentina.

Los autores proponen dos formas para mitigar el fenómeno, primero que los Estados emitan leyes que limiten la concentración de los medios de comunicación y segundo, que en esas leyes se establezca la responsabilidad del Estado en proporcionar subsidios para estimular la creación y desarrollo de nuevos proyectos comunicativos que abarquen lo ciudadano/comunitario, y que tengan altos niveles de independencia y autonomía frente al capital; con esto se podría dar cabida a las múltiples realidades y manifestaciones culturales que existan en los territorios nacionales y así contribuir al pluralismo informático y comunicativo necesario para un derecho a la comunicación palpable.

Teniendo este breve acercamiento frente el problema de la concentración en los medios de comunicación y la falta de diversidad en los mismos, a continuación presentamos en qué consistió el informe Mc Bride y la propuesta de un Nuevo Orden Mundial para la Información y la Comunicación, con el fin de entender la relevancia de dicho documento y los alcances que tiene hasta hoy.

1.1.2. Informa Mc Bride: flujo desigual de la información y concentración en los sistemas de medios.

En 1976 la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) convocó a un grupo de 15 intelectuales de todo el mundo, encabezados por el irlandés y premio nobel de paz, Sean Mc Bride, a la tarea de investigar y diagnosticar la situación general de los sistemas de medios de comunicación en el mundo. El trabajo que duró dos años dio como resultado un documento publicado en 1980 que recogió el más amplio estudio que hasta esa fecha se hubiera hecho sobre el tema, exponiendo las asimetrías en este campo, haciendo un balance entre los países desarrollados y subdesarrollados.

A continuación expondremos parte del diagnóstico y las propuestas enunciadas en dicho informe, lo que nos ayuda a dar contexto histórico de las condiciones en que estaba el sistema de medios a nivel mundial y específicamente en América Latina, y así ver cómo hasta la fecha los postulados del informe Mc Bride no lograron incidir en reformas políticas para

hacer cambios estructurales en el campo, con excepción de algunos países latinoamericanos en la última década. Pero a pesar de esos casos, veremos como muchos de los hallazgos presentados en el informe, aún siguen vigentes 30 años después.

Las relaciones de poder siempre son desiguales y más cuando tienen que ver con alguna industria en el marco del sistema capitalista que el mundo transita. Las dinámicas en las que se presenta el quehacer de los medios de información están influenciadas, en principio, por la dicotomía Norte-Sur, esta lógica geográfica tiene relación con la posición o nivel de desarrollo que tengan los países, que a su vez está determinada por la dependencia económica y simbólica; y que además en la mayoría de casos van relacionados con un pasado colonial. El informe Mc Bride señaló que los niveles de concentración en este renglón de las industrias culturales, tienen que ver en gran parte, con el lugar dominante que ocupan en la difusión de información para la ciudadanía; si nos ubicamos en un mapa del mundo, nos daremos cuenta, que la mayoría de los países desarrollados se ubican en el hemisferio norte, mientras que los países pobres o en vías de desarrollo están en el sur. Son estos países desarrollados los que deciden qué tipo de contenidos se producen (temáticas, estéticas y formatos) y cómo se distribuyen (artefactos y tecnología satelital o internet) ya sea en el sistema público o comercial.

En los países desarrollados los sistemas de medios logran tener una amplia cobertura y oferta de contenidos que facilita parte del ejercicio del derecho a la comunicación, mientras que los países subdesarrollados, en concreto el caso latinoamericano, históricamente el sistema de medios que prevaleció fue con características comerciales, con una oferta muy pobre del sector público, así las posibilidades de tener una propuesta más amplia siempre fue limitada.

El informe menciona que “(...) la brecha entre los países desarrollados, situados en su mayor parte en el hemisferio norte, y los países en desarrollo, que se encuentran principalmente en el hemisferio sur, es un legado del pasado colonial. Esta brecha ha dejado su marca en la continua dependencia política, económica y cultural de los países más pobres, pero el conflicto y enfrentamiento están tomando ahora el lugar de la dominación y la opresión” (1980: 155).

Con esta referencia dicotómica de norte y sur, podemos decir que la principal característica del fenómeno de la concentración en los sistemas de medios, es geográfica, así lo destacan Mastrini y Becerra: La concentración geográfica “hace referencia a la centralización de la producción, distribución y consumo cultural en los grandes centros urbanos” (2006:42). A nivel global la concentración se encuentra en el norte, y ya en un ámbito más local o nacional, la concentración se ubica en el centro, por lo general en las ciudades capitales y centros urbanos grandes, dejando a los sectores del sur-periferia sin mucho margen de opciones para la producción y consumo de bienes simbólicos, sobre todo informativos.

El informe Mc Bride destaca, con una breve reseña, la disparidad entre ese norte desarrollado y el sur pobre.

El mundo en desarrollo (Asia, África y América Latina) tiene cerca de tres cuartas partes de la población del mundo pero solo la mitad del número de periódicos y solo la cuarta parte de su circulación total: el promedio de la circulación es de un ejemplar por cada tres habitantes en América del Norte, y solo un ejemplar por cada noventa personas en África, y uno para cada quince personas en Asia. Ocho países o territorios africanos y tres Estados árabes no tienen ningún diario, y otros trece países africanos tienen solo un periódico cada uno (1980: 98-99).

Desde este informe se alertaba sobre tres diferentes formas de concentración en el sector de las industrias culturales, la primera es la integración horizontal y vertical de las empresas, que corresponde a la sinergia entre el sector informativo y recreativo o de entretenimiento; la segunda es la integración cruzada, que se da en las empresas que perteneciendo a otros sectores industriales se vinculan a las empresas de medios de comunicación; y la tercera forma es de fusión e interpenetración, que son las empresas que llegan a vincularse con las diferentes industrias de la información y es cuando se convierten en conglomerados u oligopolios mediáticos (Esteinou, 2004).

Otro elemento en el que llamaba la atención el informe, fue el fenómeno de la transnacionalización, que se da en la concentración de producción de contenidos en los grandes centros hegemónicos relacionados a ese norte geográfico, que por ejemplo para la industria cinematográfica se da en Estados Unidos con Hollywood. Mientras que para la industria informativa se concentra en la producción de noticias que realizaban para esa fecha (1980), cinco grandes agencias de noticias, escenario que no dista mucho del actual: Agende

France Presse (Francia), United Press International y Associated Press (Estados Unidos), Reuters (Reino Unido) y Tass- Russian News Agency (Unión Soviética) (1980: 80). La recomendación que se presenta, es el fortalecimiento de las agencias nacionales de noticias, con el fin de dar más espacio para la difusión de las realidades locales con un abordaje cercano y no desde la mirada externa.

Las agencias de noticias nacionales fuertes son vitales para el mejoramiento del reportaje nacional e internacional de cada país. Cuando ello sea viable, deberán crearse redes regionales para incrementar las corrientes de noticias y servir a todos los grandes grupos lingüísticos de la zona. En el nivel nacional las agencias deberán apoyar el crecimiento de los periódicos urbanos y rurales para que sirvan como núcleo del sistema de recopilación y difusión de noticias de un país (1980: 213)

Entendiendo que la transnacionalización atenta con la independencia de los países y de los pueblos en la creación de los contenidos que consuman, el informe hace un llamado a que los Estados proporcionen las herramientas desde lo legal, creando políticas públicas que ayuden a fomentar la producción local de contenidos informativos y culturales, desde propuestas alternativas y públicas de comunicación, con el fin de dar mayor relevancia a la preservación de las distintas identidades culturales que habitan los territorios, y así contrarrestar la dominación cultural que presentan los países subdesarrollados en materia simbólica.

Para ayudar a salvaguardar la democracia interna y fortalecer la independencia nacional, pueden plantearse dos conclusiones: primera, que ciertas restricciones al proceso de concentración de los recursos pueden servir al interés público; y segunda, que algunas normas, directrices o códigos de conducta para las actividades de las corporaciones transnacionales en el campo de la comunicación podrían ayudar a asegurar que sus operaciones no olviden o no perjudiquen los objetivos nacionales y los valores socioculturales de los países anfitriones (1980: 113)

A 37 años de la publicación del informe Mc Bride y de la propuesta del Nuevo Orden Mundial para la Información y Comunicación (NOMIC), gran parte del diagnóstico presentado aún persiste en el mundo actual, en su momento el informe se convirtió en una amenaza para los consorcios comerciales que tenían a cargo grandes medios de comunicación, como para algunos Estados que vieron en las recomendaciones una injerencia

que atentaba con los proyectos nacionales e imperialistas, tales son los casos de Estados Unidos y Gran Bretaña, que deciden salirse de la UNESCO en 1984 y 1985 correspondientemente.

Para el caso latinoamericano, donde los niveles de concentración son bastante altos, con la llegada al poder de los diferentes gobiernos progresistas en la región, a partir del 2004 con la Ley de Responsabilidad Social para Radio y Televisión (Ley Resorte) en Venezuela, se dio paso a un capítulo diferente en la historia de los sistemas de medios en América Latina, ya que se dieron reformas en este renglón, en países como Argentina, Uruguay, Ecuador y Bolivia, rescatando varios de los postulados propuestos en los 80's y haciendo énfasis en la necesidad de democratizar la comunicación, abriendo espacios para la comunicación alternativa y comunitaria, así como fortalecimiento de los medios públicos o estatales. Sin duda esta parte de la historia tiene muchas aristas y contradicciones en la forma como se desarrollaron, pero es un elemento clave en este trabajo que contribuye a la comprensión del surgimiento de Telesur como propuesta alterna a los canales tradicionales.

En síntesis, con este primer capítulo teórico-metodológico, intentamos describir las contribuciones de la Economía Política de la Comunicación y la Cultura para trabajar desde este enfoque nuestro objeto de estudio llamado Telesur; teniendo como referencia el método histórico estructural, fue necesario conocer las definiciones de las diferentes aristas que tiene el concepto de medios públicos con el fin de ubicar y entender el lugar que juega Telesur. Siguiendo con el contexto histórico de cómo se formó el sistema de medios en América Latina y terminando con la propuesta del informe Mc Bride, que fue recogida por las diferentes reformas en telecomunicaciones realizadas en algunos países latinoamericanos y dentro de los cuales surge Telesur. Así, podemos concluir que este primer apartado contribuyó a la comprensión de las condiciones históricas en las que se desarrolló el sistema de radiodifusión latinoamericano, para comprender el escenario y las razones estructurales en que llega Telesur a ubicarse entre el monocromático campo de la información.

En el segundo capítulo nos detendremos a exponer las razones por las que llega al poder un personaje como Hugo Chávez en Venezuela y la propuesta política de la Revolución

Bolivariana, ya que es el fundamento ideológico en el que se enmarca Telesur. Seguidamente nos detendremos en exponer la llegada al poder de los otros gobiernos progresistas en la región, para al final presentar las diferentes reformas en materia de telecomunicaciones que esos nuevos gobiernos progresistas decidieron impulsar.

2. El mapa geopolítico en América Latina y el papel de los medios de comunicación

Sin duda la llegada de Telesur en 2005 al ecosistema de medios informativos en América Latina, se debe al establecimiento de un escenario político que posibilitó el desarrollo de esta propuesta. Para entender el modelo de organización, financiación y producción de contenidos de Telesur, que es el objetivo principal de esta investigación, el presente capítulo se propone conocer las transformaciones políticas que presentaron algunos países de la región en la primera década del siglo XXI. Primero nos detendremos en conocer las causas económicas con relación a las políticas neoliberales que se instauraron en las décadas de los 80's y 90's, y los efectos que éstas ocasionaron en los sectores populares latinoamericanos, principalmente las crisis de representatividad y del sector económico, lo que llevó a movilizaciones sociales importantes, que en algunos casos como Argentina, Bolivia y Ecuador, desembocó en el rechazo de los gobiernos de turno y dio paso a nuevas propuestas políticas. Segundo, nos centraremos en el caso de Venezuela y el proyecto de la Revolución Bolivariana que se gesta con la llegada al poder de Hugo Chávez en 1999, ya que es clave para comprender la propuesta de integración en la cual se presenta Telesur. Y por último haremos un recorrido por las principales reformas en materia de telecomunicaciones que se dieron en estos países, a raíz de la necesidad de democratizar los sistemas de medios nacionales, dándole relevancia a este renglón del espacio público, como elemento fundamental para el desarrollo de los proyectos de cambio.

2.1 Cambios políticos en América Latina al inicio del siglo XXI

La llamada “década ganada” latinoamericana hace referencia a los primeros 10 años del siglo XXI en los cuales llegaron al poder diferentes gobiernos progresistas o de izquierda a algunos de los países de la región, como son los casos de Venezuela (1999), Argentina (2003), Brasil (2003), Uruguay (2005), Bolivia (2006), Ecuador (2007), Nicaragua (2007), y Paraguay (2008). En este periodo se lograron consolidar cambios estructurales en las políticas económicas y sociales, destinadas a favorecer los sectores populares con una inversión social considerable.

Para entender las razones por las que estas propuestas de cambio tuvieron cabida a lo largo del subcontinente latinoamericano, primero debemos remontarnos a las condiciones previas

por las que atravesaron estas naciones, las cuales fueron las razones para que llegaran al poder otras propuestas; en esta parte nos centraremos en referenciar los procesos de Venezuela, Bolivia, Ecuador y Argentina solamente, por considerar que son los casos más sobresalientes en este periodo.

A finales de los años 80's en la mayoría de los países subdesarrollados se instauró la liberalización del mercado y la reducción del Estado en el control de la economía, estas acciones promovidas principalmente por los Estados Unidos a través de organizaciones como el Fondo Monetario Internacional (FMI) y el Banco Mundial (BM), fue lo que se llamó el Consenso de Washington.

Emir Sader menciona que “América Latina fue el lugar donde nació el neoliberalismo y el lugar donde más se expandió, fue el laboratorio de experiencias neoliberales por excelencia” (2008: 13). Así los habitantes latinoamericanos de sectores populares y clases medias bajas, fueron los más afectados por esta serie de medidas que tuvo como consecuencia principal, ampliar las desigualdades y las brechas de pobreza en la región; éstos resultados están basados en dos factores que promovió el modelo neoliberal: 1) la financiarización de la economía, que responde a la desviación de recursos al sistema financiero en vez de ser invertido en el sector productivo y 2) la precarización de las relaciones de trabajo, lo que conllevó a la proliferación de la informalidad en este campo (Sader, 2008:77).

“Al mismo tiempo se debilitó la capacidad reguladora de los Estados como también, y a consecuencia de la generalización de los endeudamientos de las cartas de compromisos impuestos por el FMI, se retrajeron las políticas sociales, con procesos de privatización del patrimonio público y de apertura e internacionalización de las economías” (Sader, 2008: 69)

La ausencia de vinculación laboral formal, generó fragmentación social y cultural ocasionada por el trabajo precario y la alienación que se promovió en las personas, en el sentido de “producir el mundo sin decidir nada sobre el mismo y sin tener consciencia de estar

produciéndolo, y, al contrario, estar sintiéndolo como un mundo ‘ancho y ajeno’” (Sader, 2008: 74)

Sader también destaca que si bien el modelo neoliberal se instauró en todos los países latinoamericanos y caribeños, con excepción de Cuba, fueron los países del cono sur, dónde se implementaron de manera más contundente, violenta, represiva y autoritaria a través de las dictaduras que vivieron países como Brasil (1964-1985), Uruguay (1973-1985), Chile (1973-1990) y Argentina (1976-1983); ya que en comparación con el resto de países de la región, éstos contaban con movimientos obreros y sindicales más fuertes que hubiesen podido hacer más resistencia a las medidas neoliberales.

A pesar de la alienación y desestructuración organizativa que potencializó la instauración del neoliberalismo en la región, las crisis sociales que produjo permitió que de manera espontánea en algunos casos y como resultado de años de organización y resistencia en otros, explotara manifestaciones de rechazo a dicho modelo económico por parte de los movimientos sociales organizados y de expresiones de rechazo espontáneas, lo que daría más adelante soporte a la llegada al poder de algunos gobiernos progresistas en América Latina.

Varios autores como Thwaites (2016) y Sader (2008) destacan que la primera manifestación en contra del sistema neoliberal en América Latina se produce el 1 de enero de 1994 con el alzamiento del Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN) en México, en el gobierno de Carlos Salinas de Gortari, el cual se había propuesto instaurar el modelo neoliberal en el país y había suscrito a México en la implementación del Tratado de Libre Comercio con los Estados Unidos y Canadá. El alzamiento zapatista es muy importante como parte aguas en las luchas reivindicativas por la autonomía de los pueblos y especialmente por el reconocimiento e inclusión de los pueblos indígenas en América Latina. Pero para otros autores, como es el caso del venezolano Leonardo Brocamontem (2008), la primera manifestación que surgió en contra de las medidas económicas sugeridas por el FMI y el BM fueron las que se desataron el 27 de febrero de 1989 en Caracas-Venezuela y que se conoce

como “El Caracazo”⁷. Esta protesta inició en la zona conurbada de Caracas debido a la inconformidad de los sectores populares a las reformas que llamaron “paquetazo”, dentro de las cuales se incluía el alza de la gasolina en un 100%, lo que ocasionó el incremento del transporte público. Pero este episodio solo fue la gota que rebosó el vaso, ya que Venezuela venía pasando por una profunda crisis económica y política, producto de los malos manejos de la alternancia en el poder entre los dos partidos tradicionales Acción Democrática y Copei (Comité de Organización Política Electoral Independiente), lo que llaman periodo “puntofijista”⁸ (1958-1998). Después del “Caracazo” se generó un movimiento social, que en los años venideros constantemente estaría exigiendo cambios en el sistema político; estas molestias son acogidas por un grupo de jóvenes militares venezolano, los cuales el 4 de febrero de 1992 dan un golpe de estado al gobierno de Carlos Andrés Pérez, el cual no llega a buen término, los cuatro líderes entre los que se destaca, Hugo Chávez Frías, son llevados a prisión, y a pesar de la retención siguen creciendo los seguidores a la propuesta de cambio del Movimiento Bolivariano Revolucionario 200 (MBR-200); dos años después en 1994, ya en el periodo presidencial de Rafael Caldera, es dejado en libertad Hugo Chávez y empieza formalmente su campaña a la presidencia del país. En diciembre 1998 es elegido presidente de Venezuela e inicia el periodo de la Revolución Bolivariana.

También Ecuador fue escenario de la implementación de las reformas neoliberales y seguidamente el rechazo a éstas por parte de los sectores populares, debido a la crisis social y económica que ocasionaron. Desde el periodo presidencial de Sixto Durán Ballén (1992-1996) se instauraron una serie de medidas económicas que habían sido recomendadas por el FMI para la reprogramación del pago de la deuda externa de Ecuador, estas medidas consistían: “el gobierno adoptó un paquete de medidas que contemplaba la devaluación del 35% del tipo de cambio real del mercado de intervención, el establecimiento de mecanismos de mercado abierto (mesas de dinero y subastas semanales de bonos como política monetaria), la reducción progresiva del encaje bancario, la elevación de las tarifas de energía,

⁷ No me detendré en mostrar detalles que caracterizan a cada movimiento, cada proceso de levantamiento en contra del modelo neoliberal en América Latina es importante y tiene sus particularidades propias.

⁸ El Pacto de Punto Fijo fue un acuerdo que firmaron en 1958 los tres partidos políticos más destacados hasta ese momento en Venezuela, Acción Democrática, COPEI (Comité de Organización Política Electoral Independiente) y URD (Unión Republicana Democrática), después de la caída de la dictadura de Marco Pérez Jiménez.

el alza de los derivados del petróleo, en especial de la gasolina y el establecimiento de un impuesto extraordinario del 2% a los activos de las empresas. (...) el gobierno decidió además la salida del Ecuador de la OPEP, liberalizó la venta de divisas de los exportadores y envió al parlamento la Ley de Modernización, que impulsaba la privatización de empresas estatales” (Ramírez, 2012:345-346).

Estas medidas se fueron prolongando y fortaleciendo aún más durante los años siguientes, incluso se llegó al momento de dolarizar la economía de este país, quedando totalmente dependiente del flujo de dólares de los Estados Unidos.

Es importante mencionar que el primer levantamiento indígena en el Ecuador se produjo en 1990 y duró aproximadamente nueve días, las razones de la movilización fueron: avance del neoliberalismo, repliegue del Estado y la apertura democrática del gobierno (Ramírez, 2012). Así el movimiento indígena fue protagonista para los posteriores derrocamientos presidenciales: Abdalá Bucarám en 1997, Jamil Mahuad en el 2000 y Lucio Gutiérrez en 2005. Después de esta ola de inestabilidad institucional y descréditos de los partidos tradicionales, gana en el 2007 Rafael Correa la Presidencia de Ecuador, con la propuesta de la Revolución Ciudadana, la cual busca generar una mayor redistribución de la riqueza a los sectores populares.

Para el caso boliviano, en 1985 después de casi dos décadas de gobiernos militares (1964-1982), tres de los partidos más representativos del país (Movimiento Nacionalista Revolucionario –MNR, Acción Democrática Nacionalista – ADN y el Movimiento de Izquierda Revolucionaria – MIR) realizan un acuerdo para el retorno a la democracia e impulsar la economía nacional. Este periodo se denominó “La Democracia Pactada”, en el, se instauraría el modelo neoliberal y se crearía una élite política que se alternará el poder durante 20 años consecutivos.

Como en los casos anteriores, las políticas neoliberales que se impusieron en Bolivia, fueron dirigidas a desvincular al Estado de las empresas públicas, otorgando concesiones a los

sectores privados y extranjeros y a la desregularización de los sectores productivos y financieros, para dar apertura al libre mercado.

Para el caso boliviano las medidas en materia económica que instauró “La Democracia Pactada” fueron:

A nivel económico, el D.S. 21060 aplicó un programa de estabilización que establecía una política salarial de congelamiento de sueldos y salarios, una simultánea liberación de los precios de bienes y servicios, la disolución de las empresas públicas consideradas no estratégicas por el gobierno, la reducción drástica del empleo en el sector público, la libre contratación de fuerzas de trabajo en los sectores público y privado, una política cambiaria flexible que funcionara por el libre juego de la oferta y la demanda y una completa liberalización de las políticas de importaciones y exportaciones (Torrice, 2006: 234).

Después de este periodo, hay un amplio desgaste de estas elites que se alternaron el poder y sumergieron al país en una crisis social, sobre todo a la mayoría de los sectores populares que hacen parte de comunidades indígenas (65%). En este escenario, en 1997 es electo Evo Morales como diputado de la Asamblea Nacional por el partido Izquierda Unida, para el 2002 ya está conformado el partido Movimiento al Socialismo por el cual se presenta Morales a las elecciones presidenciales, quedando en segundo lugar, y es en el 2005 donde es electo como el primer presidente indígena de Bolivia, que traería una gama amplia de transformaciones sociales, políticas y económicas al país, que después de su proceso de asamblea constituyente (2006-2007) pasaría a llamarse, el Estado Plurinacional de Bolivia.

En esta misma lógica, en la República Argentina el periodo neoliberal inicio cuando llegó al poder el peronista Carlos Menem en 1989, ya habiendo pasado cinco años del restablecimiento de la democracia, después de 7 años de dictadura militar (1976-1983). Al igual que los demás países latinoamericanos, Argentina siguió las recomendaciones del FMI y produjo una enorme crisis social, económica y política, que llegaría a su punto más crítico en el 2001 siendo presidente Fernando de la Rúa.

Diferentes grupos sociales pertenecientes a los sectores más azotados, como desempleados, trabajadores informales, jubilados, etc, se organizaron y constantemente se movilizaron para manifestar su rechazo a las medidas económicas que tenía en crisis a todo el país.

Al mismo tiempo, el colapso institucional posibilitó la exploración autónoma de nuevas formas de acción política, como el ejercicio de la democracia directa en las asambleas barriales y legitimó el desarrollo de formas de organización y acción hasta entonces débilmente institucionalizadas, como las impulsadas por los trabajadores en las empresas recuperadas (Palomino, 2005:23).

Después de la renuncia por parte de la Rúa en el 2001 y el paso de tres gobiernos transitorios hasta la convocatoria a elecciones en abril de 2003, Néstor Kirchner ganó la presidencia de Argentina con el 22% de los votos, y empezaría un periodo de transformaciones con el fin de estabilizar el país de la profunda crisis que atravesaba. El periodo Kirchnerista tendría una continuidad en el 2007 y no por la reelección del presidente Nestor, sino por la candidatura de su esposa Cristina Fernández de Kirchner, la cual estaría en el poder desde 2007 hasta 2015.

Como vemos en estos cuatro casos, los procesos democráticos tienen similitudes, a raíz de esos pactos que ejecutaron las élites políticas para permanecer en el poder, impidiendo una pluralidad en la representación de las mayorías, y también hay similitudes en las formas como los sectores populares afectados emprendieron acciones para manifestar el rechazo a las formas de gobernar y a la crisis social que generó seguir las recomendaciones neoliberales.

Mabel Thwaites (2016) denomina esta temporalidad como el CINAL, *Ciclo de Impugnación al Neoliberalismo*, mencionando que:

desde comienzos del siglo XXI se configuró en la región un nuevo mapa político cuyo carácter definitorio (progresista, posneoliberal, izquierdista, consenso nacional popular, neodesarrollista o neoextractivista) fue y sigue siendo objeto de debates. Algunos investigadores preferimos caracterizar a esta etapa como ciclo de impugnación al neoliberalismo (CINAL), para expresar su carácter fluido y en

disputa, e incluir los rasgos comunes y más característicos que presentan los distintos procesos, más allá de sus especificidades nacionales.

Después de 10 años de estos gobiernos “alternativos” en el poder, se pueden ver las crisis y contradicciones que han ganado, aunque no es objeto de esta trabajo centrarnos en analizar esas condiciones, es importante dejar por sentado que las crisis que empiezan a afectar de manera importante a los gobiernos progresistas, determinan el desarrollo de nuestro objeto de estudio, que más adelante en los capítulos tres y cuatro desarrollaremos.

2.2 Venezuela y La Revolución Bolivariana, líder en los cambios políticos latinoamericanos

Después del fallido golpe de estado realizado por mandos medios de las fuerzas armadas venezolanas en 1992, la figura de Hugo Chávez se posicionó y en torno a él diferentes procesos políticos y movimientos sociales convergieron para impulsar una propuesta que renovara la forma de hacer política en este país. Desde ese momento Chávez supo del poder de los medios de comunicación, por eso desde que aceptó la derrota a través de la televisión y envió un mensaje a todos los venezolanos⁹, su figura sería la bandera simbólica del nuevo periodo por el que iniciaría Venezuela en la elecciones presidenciales de diciembre de 1998.

El hilo conductor de ese impulso transformador desde arriba y desde abajo, era una persona con una enorme fuerza carismática (...), capaz de ser gobierno y aliado popular contra el gobierno, cúpula del Estado y referencia en los barrios más humildes, jefe supremo del ejército y valladar contra los abusos tradicionales de la milicia, cúpula de un Estado heredado ineficaz, corrupto, autoritario, indolente y

⁹ “compañeros, lamentablemente por ahora los objetivos que nos planteamos, no fueron logrados en la ciudad capital, es decir, nosotros acá en Caracas no logramos controlar el poder, ustedes lo hicieron muy bien por allá, pero ya es tiempo de evitar más derramamiento de sangre, ya es tiempo de reflexionar y vendrán nuevas situaciones y el país tiene que enrumbarse definitivamente a un futuro mejor, así que oigan mi palabra, oigan al comandante Chávez, que les lanza este mensaje para que por favor reflexionen y depongan las armas porque ya en verdad los objetivos que nos hemos trazado a nivel nacional es imposible que lo logremos, compañeros oigan este mensaje solidario, les agradezco su lealtad, les agradezco su valentía, su desprendimiento y yo ante el país y ustedes asumo la responsabilidad de este movimiento militar bolivariano” (Mensaje de Hugo Chávez a través de los medios de comunicación, 4 de abril de 1992)

despilfarrador, y base de la autoorganización popular en los consejos comunales. (Monedero. 2012: 397).

En esta parte, nos vamos a concentrar en exponer los acontecimientos que generaron un interés profundo en Venezuela, por hacer una reforma en materia de medios de comunicación, y en qué momento el proyecto de la Revolución Bolivariana se plantea la necesidad de crear una propuesta de integración latinoamericana.

Desde que Chávez asumió el poder el 2 de febrero de 1999, se propuso crear una nueva constitución para Venezuela, en diciembre de ese mismo fue ratificada la nueva constitución bajo referéndum popular, en el año 2000 Chávez es reelecto presidente bajo la normativa de la nueva carta magna y empezaría un primer periodo de reformas “moderadas” para el país,

La Asamblea Constituyente de 1999 será el primer vehículo a través del cual diversos actores emergentes impulsaron cambios profundos a los principios y estructuras del Estado plasmadas en la Constitución de 1961 y el marco jurídico legal derivado de esta. (Bracamonte, 2015: 203).

En el 2001, el presidente con facultades que le otorgaba la nueva constitución, presenta tres leyes habilitantes que serían la causa de dos acciones desestabilizadoras por parte de la oposición, el golpe de estado y paro petrolero del 2002. Estas leyes fueron: Ley Orgánica de Hidrocarburos, Ley de Tierras y Desarrollo Agrario y Ley de Pesca. Las nuevas reformas iban destinadas a una democratización de estos sectores que históricamente habían estado concentrados en manos de las élites tradicionales y hacer una mejor distribución de la riqueza, sobre todo de los recursos que generaba la extracción de petróleo.

También se pone de manifiesto la elaboración del grupo de leyes habilitantes, aprobadas en noviembre de 2000, que le dan más protagonismo al Estado nacional en general en materias tan importantes como el petróleo, la intención de regular el régimen de propiedad de las tierras, así como intervenir y proteger a los sectores débiles en la dinámica comercial. (Bracamonte, 2015: 187)

“Chávez empieza a pedir leyes habilitantes, (...) además dicta la ley orgánica de hidrocarburos que impide la privatización de PDVSA¹⁰ que ya estaba lista antes de que llegara Chávez al poder. Entonces empieza a bloquear los intereses de las potencias económicas y luego no se rodea de las personas que usualmente se rodea un presidente, sino de sus militares, e inmediatamente los medios de comunicación social que a finales de los 80’s y mediados de los 90’s empezaban a tener una función como instituciones políticas. Inmediatamente que Chávez empieza a promulgar las leyes habilitantes empieza a hablar de la pobreza y a señalar culpables de esa pobreza y es donde el gobierno de Chávez empieza a dirigirse a los excluidos y es ahí cuando empieza a formular un nuevo pacto social, con nuevos actores importantes, que eran los sectores excluidos y empieza a hablar de la deuda social que heredó él, de la pobreza general y la pobreza extrema, las misiones y cambia todas las reglas del juego y empiezan los grupos económicos a abandonarlo y a oponerse, y es cuando la oposición se convierte en una oposición netamente mediática (...). (M. Stelling, comunicación personal, 21 de agosto de 2013).

La oposición junto con sectores de las Fuerzas Armadas venezolanas, el 11 de abril de 2002 realizan el golpe de estado y tres días después, el 14 de abril, es restablecida la normalidad política con el regreso de Chávez al palacio de Miraflores. Este hecho es catalogado como el primer golpe mediático en América Latina (Britto, 2012), a raíz del manejo de la información que hicieron los medios privados de comunicación, con la tergiversación de los hechos y la invisibilización de las acciones a través de una agenda programática dedicada al entretenimiento. Fueron los medios comunitarios y alternativos los que dispusieron de sus condiciones para informar lo que estaba pasando con el intento de derrocar al gobierno y la movilización social que exigió el regreso del presidente electo,

le dan el golpe de estado en abril de 2002 que para mi es un golpe mediático, la pantalla partida en dos, el señal del estado tumbada, nosotros nos levantábamos y no sabíamos qué estaba pasando en el país, en los canales privados habían comiquitas

¹⁰ Empresa estatal de petróleos de Venezuela.

(dibujos animados), solamente Radio Fe y Alegría, que es de los jesuitas funcionó, la otra forma era lanzarte a la calle ir a Miraflores y mirar qué pasaba, ahí se declara la guerra mediática, Chávez vuelve a los tres días y vuelve muy fortalecido y como un héroe. (M. Stelling, comunicación personal, 21 de agosto de 2013).

El golpe de estado del 2002 fue el punto de giro para que la propuesta política de Chávez se radicara, a partir de ahí el ejecutivo se propuso incrementar la presencia del Estado en el campo de lo social y se crean las misiones que irán a cubrir las necesidades primarias del grueso de los sectores populares en Venezuela.

En este sentido, en el 2004 el presidente Chávez, plantea una estrategia comunicativa que se ve reflejada en el documento “*La nueva etapa, nuevo mapa estratégico*”, donde ubica lo comunicativo como segundo derrotero para afianzar la Revolución Bolivariana.

Los puntos principales planteados en esa reunión de alto nivel fueron: 1) Avanzar en la conformación de la nueva estructura social, 2) Articular y optimizar la nueva estrategia, comunicacional, 3) Avanzar aceleradamente en la construcción del nuevo modelo, democrático de participación popular, 4) Acelerar la creación de la nueva institucionalidad del aparato del Estado, 5) Activar una nueva estrategia integral y eficaz contra la corrupción, 6) Desarrollar la nueva estrategia electoral, 7) Acelerar la construcción del nuevo modelo productivo, rumbo a la creación del nuevo sistema económico, 8) Continuar instalando la nueva estructura territorial, 9) Profundizar y acelerar la conformación de la nueva estrategia militar nacional, 10) Seguir impulsando el nuevo sistema multipolar internacional.

De estos 10 puntos llama la atención para el problema de investigación que nos interesa, dos objetivos: 2) Articular y optimizar la nueva estrategia comunicacional y el 10) Seguir impulsando el nuevo sistema multipolar internacional.

Es importante tener en cuenta esta proyección que se plantea desde la política pública venezolana para impulsar y fortalecer todo el sistema de medios y telecomunicaciones y el posicionamiento internacional que buscará el Estado venezolano para contrarrestar la

influencia de medios históricamente hegemónicos, estos dos puntos son ejes centrales en la creación de Telesur en el 2005. A continuación presentamos los cuadros correspondientes a estos dos objetivos, en los cuales se presenta los objetivos específicos y las herramientas planeadas para cada objetivo:

Tabla 1:

Objetivo 2. Articular y optimizar la nueva estrategia comunicacional

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	HERRAMIENTAS
-Fortalecer los medios de comunicación públicos y mejorar su calidad y eficacia comunicacional	-Creación de Telesur
-Diseñar y promover la imagen del proceso dentro y fuera del país	-estructuración de una Agencia Internacional de Noticias en asociación con otros Estados
-Desarrollar el Nuevo Orden Comunicacional hacia la democratización del espacio radioeléctrico	
-Desarrollar estrategia de divulgación e información hacia los EE.UU. para neutralizar elementos de acción imperial contra Venezuela	
-Divulgar la orientación geoestratégica de la política exterior de Venezuela: integración, soberanía y multipolaridad	

Nota. Elaboración propia, con base en el documento: La nueva etapa, el nuevo mapa estratégico. Presidencia de la República Bolivariana de Venezuela, 17 de noviembre de 2004.

Tabla 2:

Objetivo 10: Seguir impulsando el nuevo sistema multipolar internacional.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	HERRAMIENTAS
-Continuar impulsando el modelo de integración alternativa (ALBA)	-Creación de Petro-América, Petro caribe, TVSUR y la Universidad del Sur.
-Fortalecer los procesos de integración latinoamericana	
-Fortalecer las redes de intercambio de cooperación mutua en el ámbito internacional (económico, cultural, social, comunicacional)	

Nota. Elaboración propia, con base en el documento: La nueva etapa, el nuevo mapa estratégico. Presidencia de la República Bolivariana de Venezuela, 17 de noviembre de 2004.

También a finales de 2004 se aprueba por parte del órgano legislativo de Venezuela, la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión, Ley Resorte, por la cual se pretende regular el funcionamiento de los medios de comunicación públicos, estatales, comunitarios y privados. A raíz de esta Ley, se intenta fortalecer el sistema de medios públicos venezolanos, con la creación de más estaciones de radio y televisión y el apoyo a medios impresos, también se promovió la organización de la sociedad civil para el impulso de medios comunitarios. También a raíz de esta legislación incrementaron los medios comerciales.

La disputa por el poder en Venezuela tiene dos escenarios el electoral¹¹ y el mediático, por eso el sistema de medios son actores protagónicos en el campo político, hacen parte de la

¹¹ Desde 1998 hasta 2015, se han realizado 22 elecciones en Venezuela.

estrategia política de los dos bandos, el chavismo y la oposición. Así presenta la distinción Maryclen Stelling:

“(…) yo creo que acá hay dos frentes de batalla: el frente de batalla electoral y el frente de batalla mediático porque todos los partidos políticos se han convertido en maquinarias electorales, ellos no cumplen su función de formación político ideológica, y en 14 años hemos tenido 18 elecciones, acá en Venezuela tenemos una democracia electorera configurada para aniquilar el adversario, desde el frente de batalla electoral y mediático, de ahí la importancia de los medios de comunicación en este país.”

“Después del golpe de Estado de 2002, el gobierno fue elaborando lo que algunos han denominado una estrategia de Estado-comunicador (Bisbal, 2009). Para ello, ha ido creando toda una estructura o plataforma comunicacional con la finalidad de enfrentar al “enemigo” (tanto interno como externo) y a la vez irradiar, a través de la cultura de masas, el proyecto y proceso político-ideológico que se desea instaurar.” (López, Lander. 2010:217)

En este escenario es donde surge la propuesta de Telesur, como un canal concebido como estrategia política, pero para contrarrestar el flujo de información que se producía de manera negativa del proceso político bolivariano en el exterior por cadenas como CNN, y después en apoyo a los otros gobiernos progresistas de la región.

Ya conociendo el caso venezolano, ahora pasamos a exponer como el liderazgo de Venezuela en la región fue trascendental para gestión de iniciativas multilaterales que impulsaran el ideario de integración latinoamericana.

2.3 La nueva integración regional

Como veremos más adelante en el tercer y cuarto capítulo, Telesur desde su creación y su dinámica interna tiene como base fundamental contribuir a la integración latinoamericana, es decir, el mismo canal es producto de esta propuesta y trabaja en sus contenidos para ese fin.

A continuación vamos a exponer tres iniciativas de integración política que han surgido desde los cambios estructurales que se han generado en la región a partir del inicio del siglo XXI, desde luego y como ya lo hemos mencionado con el liderazgo del gobierno venezolano, a la cabeza de ex presidente Hugo Chávez.¹²

La primera de las iniciativas es la Alianza Bolivariana para los Pueblos de Nuestra América-Tratado de Comercio de los Pueblos, ALBA-TCP, ella surge en el 2004 bajo el liderazgo de Venezuela y Cuba, como contrapropuesta al Área de Libre Comercio de las Américas impulsado por los Estados Unidos. El principal objetivo del ALBA-TCP según Maribel Aponte (2013), es la integración regional de Latinoamérica y el Caribe, por medio de cuatro ejes como son: el comercio solidario, la integración energética a través del petróleo y el gas, la integración financiera por medio del Banco del ALBA y el Banco del Sur, y la integración comunicacional con la creación de medios como Telesur y Radio del Sur.

En este organismo multilateral hacen parte los siguientes países: Venezuela, Cuba, Nicaragua, Ecuador, Bolivia, Antigua y Barbuda, Dominica y San Vicente y Las Granadinas.

Por primera vez en la historia de América Latina y el Caribe, un país (Venezuela) asume el liderazgo para llevar a cabo ¡simultáneamente! un proyecto de integración regional alternativo desde una perspectiva radical y uno de desarrollo endógeno nacional/regional con inclusión social. La Alianza Bolivariana (ALBA) constituye un

¹² Solo haremos mención a estas iniciativas (ALBA-TCP, CELAC Y UNASUR), sin mencionar los antecedentes en entidades de integración regional (CAN, MERCOSUR, OEA, entre otras), ya que nos interesa presentar cómo el mapa geopolítico en materia de organismos multilaterales se dinamizó con la incursión de estos tres agentes y el papel de Telesur como resultado en marco de los objetivos del ALBA-TCP y como ventana que muestra los encuentros y alcances de los nuevos mecanismos de integración.

desafío enorme tanto a nivel de procesos socioeconómicos y políticos para la región, como a nivel teórico para el pensamiento crítico latinoamericano y caribeño (Aponte, 2013: 253-254)

Es importante dejar claro que la posición de liderazgo de Venezuela en esta iniciativa es trascendental ya que es el Estado venezolano quien ha tenido los recursos, gracias a su renta petrolera, para impulsar este organismo de integración.

La segunda iniciativa nace en el 2011 y es la Unión de Naciones Suramericanas, UNASUR, se crea con el objetivo de consolidar un bloque suramericano que pueda incidir en las dinámicas políticas a nivel mundial, así como generar líneas estratégicas para que los países miembros logren avances en su desarrollo económico y social, bajo la figura de cooperación e integración de los países que la componen, que son: Bolivia, Colombia, Ecuador, Perú, Venezuela, Argentina, Brasil, Uruguay, Chile, Guyana y Surinam.

El tercer organismo que también estuvo legalmente constituido en el 2011 es la Comunidad de Estados Latinoamericanos y Caribeños, CELAC, este organismo multilateral es la alternativa de integración latinoamericana frente a la propuesta de la Organización de Estados Latinoamericanos, OEA, ya que hacen parte todos los países de América Latina y el Caribe, y en donde no está Estados Unidos y Canadá.

Conviene reiterar que la CELAC reúne por primera vez en la historia a todos los países del continente americano, incluido su espacio caribeño, sin que Estados Unidos, Canadá o cualquier potencia extracontinental alguna hayan marcado los objetivos estratégicos de nuestra comunidad, hecho que ninguna de las instancias previas había podido lograr (Preciado y Florido. 2013: 189).

Se puede ver que el giro político hacía la izquierda o de procesos progresistas de algunos países latinoamericanos, no solo se quedó en los cambios estructurales que lograron hacer al interior de sus países, con reformas en el sistema económico, la redistribución de la riqueza y para el caso que nos convoca, en materia de telecomunicaciones. Estos países entendieron

el momento político y aunaron esfuerzos para apoyar los surgimientos de estas tres iniciativas que promueven la integración latinoamericana desde Latinoamérica, en un esfuerzo casi emancipador por pensarse la región desde ella y generar mecanismos concretos para apostarle a otras formas de avanzar en el desarrollo y generar una sentido identitario a nivel regional. Para esta finalidad simbólica, de construcción y fortalecimiento de la identidad latinoamericana, se crea y trabaja Telesur como medio de comunicación que promueve dicho imaginario.

2.4 Nuevas legislaciones en telecomunicaciones en América Latina

Telesur es un producto coyuntural de los cambios políticos vividos no solo en Venezuela sino en América Latina durante la primera década del siglo XXI, sin las reformas estructurales en materia de medios y telecomunicaciones, el desarrollo de esta iniciativa noticiosa no hubiese llegado a buen puerto. En este sentido, en el último apartado del capítulo dos, nos centraremos en presentar el contexto político en el que se logran las diferentes legislaciones en esta materia en los países llamados progresistas o de izquierda, así como los principales logros y contradicciones en esos procesos, identificando algunas de las particularidades de los países postulantes y los ejes principales que debe tener una democratización del sistema de medios. Todo con el objetivo de identificar el rol de Telesur en este contexto.

Como mencionamos en el primer capítulo, el sistema de medios en América Latina hasta finales del siglo XX, se caracterizó por predominar el modelo privado-comercial, en el cual había muy poca participación del Estado en la promoción de medios públicos y en la regulación del sector para evitar la concentración de la propiedad y en donde la producción de contenidos se centraba en las grandes capitales, provocando un desconocimiento de las otras realidades regionales (Becerra, 2015:145,146).

A diferencia de Europa, en América Latina se pueden identificar varios grupos mediáticos que a lo largo de la segunda mitad del siglo XX han dominado en la industria del entretenimiento, incluso después de las reformas que algunos países como Venezuela y Argentina establecieron para regular su participación; encontramos a Globo en Brasil,

Televisa en México, Clarín en Argentina¹³, Cisneros en Venezuela, Caracol y RCN en Colombia y Chilevisión en Chile (Gómez. 2013).

Estas empresas mediáticas se consolidaron en cada uno de sus países como referentes identitarios para la mayoría de la población, y en los años 90 con la crisis institucional de los partidos, vinieron a reemplazar ese rol político.

(...) los grupos concentrados de la región han tenido un desempeño relacionado con los valores nacionales, es decir que conforman una suerte de marca identificada con la modernidad (tardía) de los países, dado que durante décadas contribuyeron a troquelar la cotidianidad de sus noticias y entretenimiento (Becerra, 2015:146).

La concentración en el sistema de medios en América Latina fue posible, gracias a los pactos ejercidos entre la clase política de turno y los dueños de los medios de comunicación, ya que no se había gestado una clara intención de regular el funcionamiento vía licencias del uso del espectro y autorizaciones de funcionamiento y recepción de subsidios por parte del Estado (Becerra, 2015: 147).

Cuando cambian los regímenes políticos en la primera década del nuevo siglo, con propuestas orientadas a las ideas de centro-izquierda, con el propósito de distribuir mejor la riqueza de los países a través de más inversión social, los grandes grupos económicos que tenían alianzas con los grupos de medios empiezan a atacar estas iniciativas a través de los sistemas de información comerciales. En la mayoría de los casos gracias a la coyuntura política de confrontación entre el nuevo gobierno y el sector opositor, se impulsaron las diferentes reformas en materia de telecomunicaciones; empezando con la Ley de Responsabilidad Social en radio y televisión (Ley Resorte) en 2004 en Venezuela, siguiendo con la Ley de servicios de comunicación audiovisual en Argentina en el año 2009, en Bolivia aprobaron la Ley general de telecomunicaciones en el 2011, mientras que en el 2013 se promulgaron la

¹³ Rodrigo Gómez (2013) menciona que el grupo Globo, Televisa y Clarín son los tres conglomerados mediáticos más importantes en América Latina, ya que están incluidos entre los 50 grupos mediáticos de la industria audiovisual del mundo.

Ley orgánica de comunicación en Ecuador y en Uruguay la Ley de servicios de comunicación audiovisual. (Badillo, Mastrini y Merenghi, 2015: 112,113)

Es importante distinguir dos movimientos dentro de la tendencia general al cambio en las políticas de comunicación en la región. Por un lado, se destaca la discusión pública sobre la necesidad de adoptar nuevas reglas de juego en el sector de los medios: en algunos países, como se mencionó, esa discusión motivó nuevas leyes sobre servicios audiovisuales. Por otro lado, este proceso está acompañado por el nuevo rol que muchos de los gobiernos han asumido engendrando dispositivos de comunicación directa a la población, prescindiendo así de la función de mediadores que durante décadas ejercieron sin competencia los medios comerciales. (Becerra, 2015: 150)

Badillo et al (2015) menciona que a pesar de que cada legislación tiene sus particularidades nacionales, se pueden identificar tres factores que comparten. Primero, que en todas las reformas se ha dividido en tres partes el espectro radioeléctrico para la concesión de frecuencias ya sea radio o televisión, una para los sectores privados-comerciales, otra para los medios públicos (gubernamentales) y una tercera para el sector comunitario organizado.

Con relación al crecimiento del porcentaje relacionado con los medios públicos (gubernamentales) Venezuela sobresale, al pasar de un canal de televisión y una frecuencia radial de alcance nacional hasta el 2003 a tener 6 canales de televisión, dentro de los que se encuentra Telesur, dos señales de radio y tres periódicos¹⁴. Mientras que Argentina incrementó sus señales de televisión pública a cuatro en los últimos años.

Frente a este punto también hay que destacar que con estas legislaciones varios países que no tenían medios públicos (gubernamentales), específicamente en televisión, pudieron crear cadenas para solventar esta carencia en el flujo de información, específicamente los casos de Ecuador que en el 2007 inicia el canal ECTV, en el 2009 se crea BoliviaTV y en el 2011 sale

¹⁴ Estos periódicos son: Correo del Orinoco de circulación nacional que empezó su distribución en el 2009; Ciudad CCS, que se distribuye solo en Caracas desde 2009 y Ciudad VLC ubicado en la ciudad de Valencia empezando a circular desde el 2012.

al aire la TV Pública Paraguay. En este mismo sentido muchos países que en años anteriores sus gobiernos habían abandonado las señales televisivas públicas, para concesionarlas al sector privado-comercial, recuperaron las frecuencias como son los casos de Uruguay con la Televisión Nacional Uruguay en el 2002, la TV Pública Argentina en el 2009 y el Canal 6 en Nicaragua en el 2011 (Badillo et al, 2015: 114).

En este sentido, un elemento importante que ha caracterizado las reformas en telecomunicaciones, ha sido la destinación de una tercera parte de las concesiones a emisoras y cadenas que impulsen el sector comunitario en cada uno de los países, de todas las legislaciones se destaca la boliviana que dentro de esa tercera parte, destina el 17% del espectro a lo comunitario y organizaciones sociales y otro 17% a pueblos originarios y afrobolivianos (Gómez, 2013). Esto en el marco de la constitución del Estado Plurinacional de Bolivia, la cual le da relevancia al 60% de población indígena del país.

Siguiendo con el segundo componente que comparten las diferentes legislaciones, “las leyes y proyectos incluyen diferentes disposiciones que buscan impedir o limitar la concentración vertical, horizontal o cruzada” (2015:112). Esto ha obstaculizado que los grupos mediáticos sigan profundizando su condición como monopolio u oligopolio en ese y otros sectores. Aunque en realidad éste ha sido uno de los puntos más complicados, ya que los grandes grupos de medios han procurado defender a como de lugar los alcances logrados para la diversificación de su negocio como parte de las industrias culturales.

El tercer elemento en el que coinciden las legislaciones trabajadas, es la necesidad de “impulsar la producción nacional de contenidos” (Badillo et al, 2015:112). Con esto se abre la posibilidad para que se produzcan contenidos basados en relatos locales, que cuenten bajo otras estéticas las realidades de las diferentes regiones de cada país.

Bajo este panorama, se puede concluir que el sistema de medios en América Latina ha logrado en los últimos años, posicionar una discusión tardía frente al equilibrio de este sector tan importante para la cultura política de un país y una región en general, estos cambios mencionados han permitido generar el espacio de discusión frente a los retos de la democratización de la información, pero aún así estos avances quedan cortos para el ideal de un espacio de flujo comunicacional democrático; lo que vemos es que las legislaciones están

impulsadas por los gobiernos y dependen de la voluntad política de ellos para su continuidad y mejoría. Recientemente hemos visto lo que ha pasado con la Ley de servicios de comunicación audiovisual en Argentina con la llegada al poder de Mauricio Macri, quien ha retrocedido en muchos aspectos estipulados, especialmente lo referente a la regularización de los grandes oligopolios frente a la gestión empresarial vertical o cruzada con otros sectores de la rama de las industrias culturales y de otros sectores productivos, específicamente con el caso del grupo Clarín.

En este sentido es importante que la ciudadanía organizada tome aun mayor protagonismo para la conservación de los avances y presión para que se logre a futuro un sistema más participativo, diverso y de calidad donde se vean reflejadas todas las realidades nacionales y latinoamericanas.

Para finalizar, este segundo capítulo nos permite comprender el peso político y geográfico que tienen Telesur en el marco de las coyunturas regionales a nivel de bloque latinoamericano y las locales con la determinante influencia del proceso venezolano para el funcionamiento del canal. Queda más clara la idea de su concepción como estrategia política mediática, que busca disputar el escenario informativo, o por lo menos hacer presencia, con relación a los tradicionales medios hegemónicos a nivel nacional y los que tienen características de hemisféricos, como es el caso de CNN en español.

Teniendo este recorrido histórico y entendiendo el contexto político, ahora pasamos a conocer de fondo la estructura interna de Telesur y su propuesta editorial para la producción de contenidos informativos.

3. La Revolución Bolivariana clave en la estructura organizacional de Telesur

A los hallazgos señalados en la revisión histórica, llegamos a este tercer capítulo con el propósito de dar a conocer los hallazgos encontrados en la estancia de investigación que se realizó en los meses de julio y agosto de 2013 en Caracas –Venezuela. Por eso en este apartado vamos a contribuir de manera importante al cumplimiento del objetivo propuesto en la investigación, este capítulo nos mostrará la estructura organizacional que Telesur emplea en su funcionamiento, desde las instancias creadas para la toma de decisiones, hasta el modelo de financiamiento que tiene el canal, para al final identificar el modo de producción de contenidos informativos, con la red de corresponsalías y colaboradores en el mundo y las alianzas estratégicas que tienen con productoras audiovisuales y el uso de agencias de noticias, latinoamericanas y europeas.

Tener claro estos elementos nos permitirá acercarnos al cuarto capítulo para entender la propuesta editorial y de contenidos que Telesur propone en su parrilla de información y cómo está ligada al proyecto político que la creó y la sigue impulsando.

3.1 La dependencia económica y política del gobierno venezolano

En los apartados anteriores ya expusimos las condiciones políticas y económicas en las se impulsa la creación del canal en Venezuela y América Latina. El proyecto de la Revolución Bolivariana que pretende ir más allá de las fronteras venezolanas, con la propuesta de integración de la Patria Grande, impulsa de manera determinante la creación y el funcionamiento del canal, desde su financiación, pasando por el alto grado de influencia en la toma de decisiones y la creación de contenidos en su línea editorial. A continuación vamos a conocer de manera más detallada como se ubican estas condiciones del canal.

3.1.1 Toma de decisiones y modelo de financiación

Telesur es un multimedio de información que conserva unas instancias de toma de decisiones tradicionales como cualquier organización moderna. A grandes rasgos es una estructura jerárquica que concentra el poder, a pesar de los esfuerzos de crear liderazgos estratégicos

dentro de su estructura, el funcionamiento está determinado por el proyecto político que lo creó.

A continuación expondré los organismos internos que deciden no solo el destino financiero del canal sino el de la producción informativa.

Primero debemos recordar los inicios del canal con aquel *Consejo Consultivo*, el cual sirvió como apoyo político, intelectual y académico de la propuesta mediática. Hasta el 2013 este consejo sigue presente, no tiene una participación constante ni colectiva con todos los miembros, sino que es empleado para ciertas coyunturas noticiosas, es decir, a estos personajes el canal les consulta para tener en cuenta sus recomendaciones con relación al hecho que esté sucediendo en el momento.

“...hay gente muy notable que incluso vino al lanzamiento de la primera transmisión y que en términos generales en algunos casos hay comunicación con ellos con otros no, lo que hicieron en un primer momento fue acompañar y proteger la figura de Telesur como propuesta comunicacional de los países del sur...” (P. Villegas, comunicación personal, 15 de agosto de 2013).

El *Consejo Consultivo* está conformado por personalidades como: el pacifista y premio Nobel argentino Adolfo Pérez Esquivel, el poeta nicaragüense Ernesto Cardenal, el ensayista y periodista uruguayo Eduardo Galeano (1940-2015), el escritor pakistaní Tariq Ali, el politólogo y cineasta estadounidense Saul Landau, el periodista e historiador Ignacio Ramonet, el productor de cine argentino Tristán Bauer, el programador de software libre Richard Stallman, el actor y activista estadounidense Danny Glover, el cineasta brasilero Walter Salles, el escritor venezolano Luis Britto García, el periodista argentino Miguel Bonasso, el cantante cubano Silvio Rodríguez, el investigador argentino Atilio Borón, el periodista español Pascual Serrano, el intelectual mexicano Fernando Buen Abad y el director de cine argentino Fernando Solanas.

Como vemos, el *Consejo Consultivo*, es un estamento interno “simbólico” que ayuda a definir los lineamientos y abordajes del canal, siempre teniendo en cuenta la línea política desde donde se quiere comunicar y abordar las realidades noticiosas.

Otro de los estamentos importantes en Telesur es el *Directorio Estratégico* de Socios. Es un organismo en el que hacen parte todos los socios o miembros del canal (Venezuela, Cuba, Argentina, Ecuador, Bolivia, Uruguay y Nicaragua), cada país tiene su representante y se reúnen a finales del mes de noviembre de cada año para conocer los alcances del medio de comunicación durante el periodo que termina y la proyección que tendrá el año que empieza. En esta reunión se definen los ejes estratégicos que va manejar el canal, las coberturas posibles y las efemérides establecidas en el calendario que aportan para el fortalecimiento de la integración simbólica.

La *Junta de Accionistas* es otro organismo dentro de Telesur, que se encarga de direccionar las condiciones económicas del canal; como su nombre lo indica en esta junta hacen parte los accionistas que son: Venezuela, Argentina y Cuba¹⁵. Acerca de la diferencia entre socio y accionista Patricia Villegas nos comentó.

no todos los países miembros son accionistas, para tener acciones en Telesur hay que evidenciar de alguna manera que el aporte que has hecho es comercial y quiénes han hecho esto son: Cuba, Argentina y Venezuela, éstos son los accionistas de Telesur y los miembros son todos aquellos estados que han suscrito con el canal (P.Villegas, comunicación personal, 15 de agosto de 2013).

Éste fue uno de los hallazgos más importantes durante la estancia, porque en anteriores trabajos de investigación y publicaciones solo hacían mención a los siete países miembros y el porcentaje de sus aportes al canal, ahora bien, no todos los miembros dan un aporte monetario a Telesur, son los accionistas los que manejan un valor, ya sea económico o en producción audiovisual. En este renglón específico es sólo el Estado venezolano el que destina recursos financieros para el canal, mientras que Cuba mantiene la corresponsalía con personal y producción en la isla y la alianza con la agencia Prensa Latina, y en Argentina el esquema es mixto, es decir, el Estado argentino se hace responsable de algunos gastos y el canal de otros, en cuento a la oficina de corresponsalía y la producción audiovisual. Aunque

¹⁵ No se tiene información oficial del presupuesto anual de Telesur, estos datos fueron negados por las directivas del canal y funcionarios del Ministerio del Poder Popular de Comunicación e Información de Venezuela.

en los primeros años del canal donde la programación era más generalista los países miembros facilitaban material documental para dicha parrilla.

Los porcentajes que maneja cada país miembro son los siguientes: 51% Venezuela, 14% Argentina, 13% Cuba, 7% Uruguay, 5% Bolivia, 5% Ecuador y 5% Nicaragua.

Pero ¿en qué consiste los porcentajes de los otros cuatro países que no son accionistas? La respuesta por parte de los directivos del canal no fue clara, la presidenta Patricia Villegas menciona que es una concepción diferente de como vincular a un Estado en la participación de Telesur, al parecer es el apoyo y respaldo a la propuesta.

Parte de ese territorio común que ha construido Telesur, no tiene necesariamente que ver con una visión accionaria comercial, participar en Telesur es participar en una forma de hacer televisión, es participar de un proyecto político, es hacer parte de unos valores, unos principios, es más de cuánto he dado cuánto me das, es parte incluso del proyecto bolivariano en el cual la patria es América, y principio del cual se crea Petro Caribe, el ALBA, que no es la transacción comercial de esto cuesta tanto, págamelo, sino qué es lo que necesitamos en común... hay otras formas de construir la relación entre los estados que no es cuánto pone cada uno (P.Villegas, comunicación personal, 15 de agosto de 2013).

Aunque se sale del periodo propuesto para el análisis, no se puede dejar de lado los últimos acontecimientos que han influido en algunos cambios dentro del canal. Ya comentamos en el capítulo dos, que los países que lograron transformaciones políticas y económicas en la primera década del siglo XXI, vienen sufriendo un desgaste y eso se ve reflejado en los virajes que han sufrido, por ejemplo el caso argentino, con el regreso de la derecha al poder en diciembre de 2015 con Mauricio Macri. Este nuevo escenario posibilitó que el nuevo gobierno argentino suspendiera su vinculación con Telesur en dos vías, una, Argentina sale de la representación simbólica y económica que el país tenía con el canal en sus dos instancias: *Directorio Estratégico y Junta de Accionistas*, y dos, saca del aire la señal de Telesur en algunas empresas de cable operadores, específicamente las que tienen mayores suscriptores en el país.

El Gobierno de Mauricio Macri ha decidido romper el último vínculo oficial con el chavismo, que venía del Ejecutivo de los Kirchner: la participación de Argentina, con un 16%, en el accionariado y la financiación de Telesur.(...) “En Telesur los contenidos y las noticias son unidireccionales. Nosotros creemos en la pluralidad”, asegura a EL PAÍS, Hernán Lombardi, ministro de Medios Públicos de Macri y responsable de la decisión de romper.(...)Lombardi asegura que no está claro cuánto le costaba a Argentina mantener esta cadena y solo han podido constatar que la oficina en Buenos Aires les costaba 4 millones de pesos (250.000 euros). (El País, 28 de marzo de 2016).

Otro renglón para la financiación, es la publicidad que generan algunos de los países socios, para promocionar sus proyectos sociales y lugares turísticos, pero esta forma de recolectar recursos era ínfimamente utilizada, ya que Venezuela proporciona la mayor parte de los recursos.

En algunos momentos los Estados han comprado publicidad, pero no ha sido una cosa sistemática y ni frecuente salvo en el caso de Venezuela, también ha tenido que ver con el crecimiento de la distribución de la señal de Telesur, que también han sido procesos políticos en los países que hacen parte de Telesur, en Ecuador estamos en señal abierta hace más de año y medio en Quito y Guayaquil, en Cuba estamos desde enero de 2013 en señal abierta, ... pero evidentemente tenemos una unidad comercial hacemos esfuerzos de comercialización pero también hacia lo público(P.Villegas, comunicación personal, 15 de agosto de 2013).

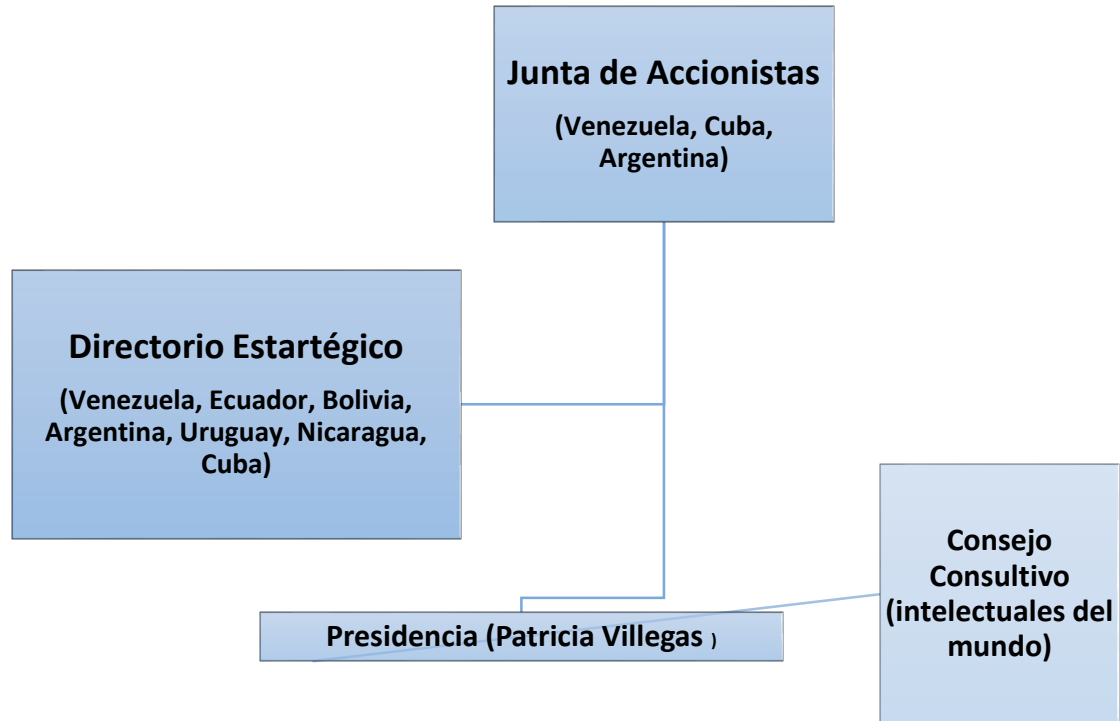


Figura 1. Organismos para la toma de decisiones en Telesur. Elaboración propia.

Teniendo en cuenta este panorama, en la mayoría de las entrevistas se formuló la inquietud acerca de la dependencia del proyecto Telesur como un medio hemisférico, si es el Estado venezolano quien aporta más recursos para su funcionamiento, primero en el manejo informativo y la relevancia a destacar la gestión de un gobierno que por ahora permanece en el poder, y segundo pensando en un futuro cambio político en Venezuela.

Es claro que desde la desaparición física de Hugo Chávez, como líder casi absoluto de la Revolución Bolivariana el mapa político en Venezuela radicalizó la tendencia de polarización en todo el país, teniendo en cuenta los resultados de las elecciones presidenciales del 14 de abril de 2013 en la cual gana Nicolás Maduro (el candidato oficialista) con el 50.61%, frente

al candidato opositor Enrique Capriles Radonsky con 49.12% , una diferencia de tan solo 1.49%.¹⁶

Con esta coyuntura política y sin la atención rigurosa a ciertos problemas que el “chavismo” en Venezuela debe corregir, como es la corrupción, la producción nacional de alimentos (sembrar el petróleo), la inflación y la inseguridad; adicionándole la legitimidad que cada vez más adquiere la oposición con el respaldo de los grupos económicos nacionales e internacionales, la incidencia en el desabastecimiento de alimentos y víveres, y en el desbordamiento de un sistema cambiario paralelo que incide en la alta tasa de inflación¹⁷. Las próximas elecciones en el 2019, si no hacen referéndum revocatorio a Nicolás Maduro en el 2016, podríamos sugerir que no existe una consolidación del proyecto Bolivariano en todo su esplendor, y con esto el riesgo que un medio de comunicación como Telesur en lo estricto de su misión, cambié de línea editorial o se acabe a la llegada de la derecha en Venezuela.

Estas fueron las percepciones de algunos miembros de Telesur, y personas externas que conocen de cerca el caso:

La verdad es que ese es nuestro peor escenario, una muestra de lo que le pudiera pasar a Telesur la vivimos el 15 de abril (2013) en la noche cuando vinieron unos motorizados a querer entrar a la fuerza en el canal diciendo que ellos luchaban por la verdad...creo que eso nos mostró lo que podía pasar con Telesur; igualmente en los canales del candidato Capriles ellos hablaban de que Telesur no tenía por qué seguir siendo la fuente para financiar los canales de televisión de los países cercanos, eso no es cierto, pero si había una descalificación de lo que es actualmente Telesur y unas propuestas para convertirlo en otra cosa, entonces yo creo que si llega la derecha lo primero que va a hacer es acabar con Telesur, aprovecharía la estructura de funcionamiento y lo convertiría en otro canal para transmitir sus mensajes...si hay un cambio de gobierno seguramente que nos van a hacer la vida imposible, yo creo que nos mudaríamos para otro país, no sé si se mantendría la misma estructura que tenemos ahora, creo que si llegara a suceder algo, el resto de los países acudirían. (S. Caballero, comunicación personal,10 de agosto de 2013).

¹⁶ En las últimas elecciones presidenciales donde participó Hugo Chávez la diferencia es significativa entre los dos candidatos. Hugo Chávez gana con el 55.07% y Capriles Radonsky obtiene el 44.31%, es decir una diferencia de 10.75%. <http://www.cne.gob.ve/web/index.php>

¹⁷ La inflación en septiembre de 2013 registró un alza del 49.4%.

Claro todo eso está Pensado, calculado, hasta la destrucción del edificio completo y que nos maten a todos (risas),... además la derecha ha dicho que acabaría con Telesur, si nos vuelan el edificio nos demoraremos como 6 horas en que volvamos a transmitir por completo, pero si tenemos claro que si llegara a pasar en Venezuela Telesur empezaría a trabajar desde otro lado. (E. Rothe, comunicación personal, 23 de julio de 2013).

Ese riesgo latente, en que la estabilidad del régimen político venezolano está en riesgo desde la muerte de Chávez, ha calado en las instituciones y Telesur no es la excepción, por eso analizando sus acciones después de la estancia de investigación, hay dos acontecimientos que soportan la idea de que han pensado en moverse de país o hacer más diversificada su producción informativa para que no esté totalmente dependiente de los recursos humanos y técnicos de la principal sede en Caracas. Esas dos acciones son: 1) el inicio de Telesur en inglés en 2014, solo con producción para las plataformas virtuales, para lo cual tienen todo el equipo y sede en Quito-Ecuador. 2) la producción de contenidos para la difusión análoga y digital, como es el programa “En clave política”, que es un programa de entrevistas que se produce también desde Ecuador.

Esto deja ver, que a pesar de que son pocas producciones, la tendencia es tener opciones para la producción de futuros productos desde otras latitudes latinoamericanas.

Si la derecha llega al poder acaba con Telesur. Debemos buscar formas alternas de financiación, lo que pasa es que la instrucción fue siempre concebir a Telesur como un canal público, no como un canal comercial y en ese sentido se ha mantenido, abrirnos a la comercialización de los espacios habría que hacerlo con una estrategia muy inteligente y que estén de acuerdo todos los países, pero hasta el momento no se ha articulado una estrategia para ello. (A. Izarra, comunicación personal, 11 de agosto de 2013).

“No tengo respuesta oficial, a mí me asusta porque Telesur es hijo de este proceso político... Ellos tienen muy claro que la batalla es comunicacional, y el enorme impacto que ha logrado Telesur, y quisieran por supuesto aprovechar de la infraestructura de todo lo creado. (...)entonces si Telesur el día de mañana quedara en manos de la derecha yo siempre confío mucho en nuestros pueblos sobre todo cuando han enarbolado las banderas de la rebeldía, y si eso llegara a suceder, yo

pienso que la semilla de Telesur ya está sembrada y que cada día que nosotros hacemos nuestro trabajo es un día ganado para esa semilla de una comunicación que se le pueda medir a las grandes corporaciones mediáticas, que los gobiernos populares, progresistas entendieron cada vez más que la lucha es comunicacional, entonces apoyar la comunicación pública que compita que realmente esté donde tienen lugar los hechos, buscando las historias que hay que contar. Es un asunto de vida o muerte, ya no es que Chávez siempre hablaba de los medios, no, le pasó a Lula, a Correa, a Cristina, el tema comunicacional está en el debate de nuestros países, y creo que Telesur ha logrado estar en los lugares donde se origina la noticia, no negar ninguna historia, no hacerse el ciego frente a una historia, tratar de competir con estándares de calidad como uno de los mejores medios del mundo, tratar de captar gente realizadores de los diferentes países y cada esto ha sido una siembra, y si mañana no puede continuar el proyecto por un revés político –electoral , lo importante es todo lo que hemos hecho estos años.” (P. Villegas, comunicación personal, 15 de agosto de 2013).

En el 2013 los directivos de Telesur, compartían esta posición, para mi valoración un poco hermética frente a otras posibles opciones de financiación con relación al riesgo de la continuidad del proyecto político y por ende de Telesur a raíz de su dependencia económica con Venezuela. En estos tres años que han pasado (2014-2017), hay varios elementos que han obligado al canal, por lo menos, a intentar otras estrategias para la financiación.

A raíz de la caída de los precios del petróleo en 2014, la economía venezolana, que es ampliamente dependiente de los recursos que genera la extracción del petróleo, 95% para ser exactos, decayó de forma considerable, y por ende se reformuló un ajuste al interior de las instituciones gubernamentales, entre esas Telesur, que depende casi en su totalidad de los recursos que destina el Estado venezolano. Con este panorama, Telesur generó dos estrategias durante el 2016 para intentar financiar su producción informativa: 1) Ciudadano Telesur: consiste en una campaña que invita a las audiencias de Telesur a hacer aportes económicos desde un dólar hasta la cantidad que deseen, de manera frecuente todos los meses o un aporte único, a diferentes cuentas bancarias en varios países latinoamericanos.

Ciudadano teleSUR” es una campaña de recaudación de fondos que tiene como objetivo sumar a nuestros seguidores a la tarea de garantizar la democratización de la información y contribuir así con la pluralidad de voces en el concierto internacional.”(<https://ciudadano.telesurtv.net/>)

2) la venta de espacios publicitarios a instituciones alternativas como, organizaciones no gubernamentales, movimientos sociales, cooperativas, empresas comerciales con responsabilidad social, instituciones educativas y culturales. (A. García, 2016)

Esto deja ver que la coyuntura actual ha exigido a Telesur un cambio en su política de financiación, en aras de buscar independencia en el escenario futuro que el gobierno chavista no logre continuar en el poder después de la elecciones de 2019. Aunque este es un esfuerzo destacado, es necesario que Telesur siga buscando otras formas que logren cubrir los costos de funcionamiento de un canal informativo 24/7.

La dependencia económica lo lleva a estar ampliamente influenciado por el proyecto político de la Revolución Bolivariana, lo que le impide ser crítico frente a las contradicciones del proceso venezolano, el primer presidente que tuvo Telesur menciona lo siguiente:

Telesur nació para ser latinoamericano. Es más, para convertirse en un canal multiestatal latinoamericano, pero no se ha querido democratizarlo y así quien firma los cheques y maneja los fondos que salen del gobierno venezolano tiene la única palabra, aunque haya algún representante de otros países en un directorio casi imaginario. No hay participación ni equilibrio, y mucho menos transparencia. Y en el supuesto negado de que la derecha llegue al poder en Venezuela, seguramente cerrará el canal. (A. Aharonian, comunicación personal vía correo electrónico, 14 de octubre de 2013).

3.2 ¿Cómo se producen los contenidos en Telesur?

Ya conocimos estructuralmente cómo se financia y quienes toman las decisiones en Telesur, ahora vamos identificar la forma en que se materializa esas directrices en la planeación para la producción de contenidos informativos del canal. Primero conoceremos las dependencias que están encargadas de las corresponsalías y colaboradores, esto nos dará paso a conocer la alianza con la agencia cubana Prensa Latina para el cubrimiento de diferentes noticias en el mundo y al final saber cómo Telesur organiza sus producciones especiales, como reportajes y documentales que son realizados por productoras externas. Tener claro este mapa de producción, nos permitirá abordar los hallazgos que presentaremos en el cuarto capítulo, que tienen que ver con la línea editorial y los contenidos difundidos por el canal.

3.2.1 Producción general, dirección de asignaciones y la alianza estratégica con Prensa Latina

Como ya mencionamos Telesur tiene dos organismos en la toma de decisiones que son la *Junta de Accionistas* y el *Directorio Estratégico*. La presidencia es quién dirige los postulados definidos en las dos instancias y delega para su operación en las demás direcciones. Acá nos vamos a detener en entender cómo funciona la vicepresidencia de contenidos y específicamente la Dirección General de Información de la cual depende la *Dirección de Asignaciones*, que es la encargada de coordinar el flujo y la producción noticiosa en el canal y la producción externa para el canal.

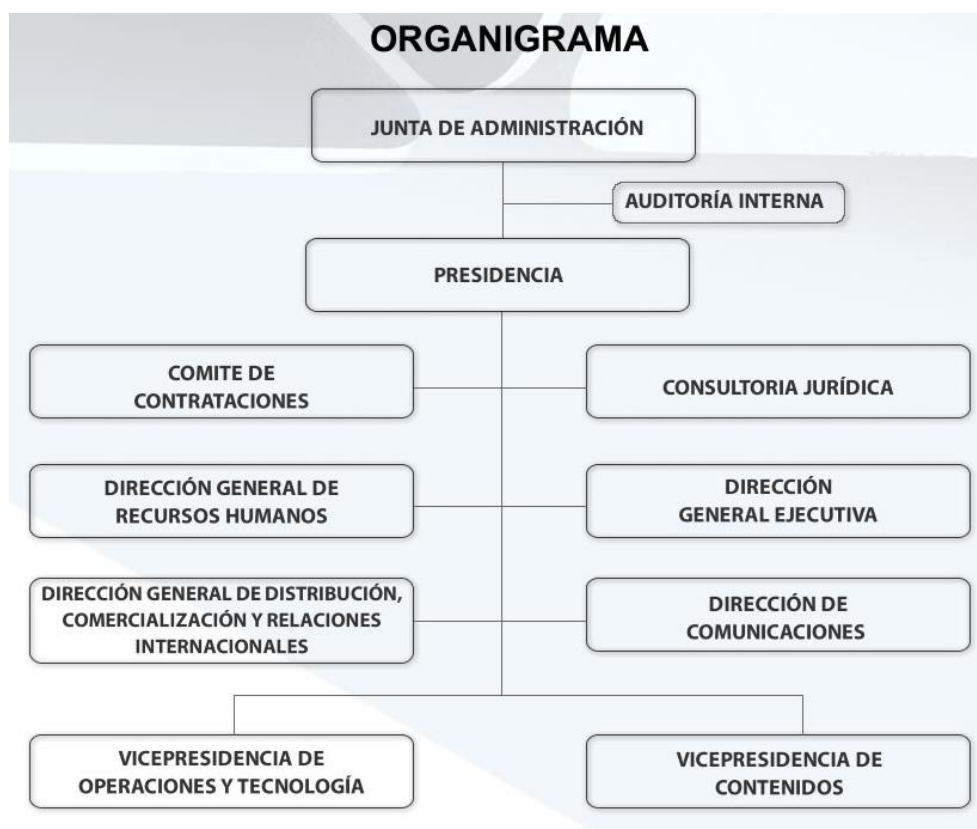


Figura 2. Organigrama de Telesur, facilitado por las directivas del canal.



Figura 3. organigrama de la vicepresidencia de contenidos de Telesur, elaboración propia.

La *Dirección de Asignaciones*, está dividida en tres áreas, que son: editores regionales, editores de invitados y editores de agencias o *package*. Los editores regionales son cuatro, y son las personas encargadas de coordinar y monitorear desde Caracas a todos los corresponsales y colaboradores que están en los diferentes países de América Latina y el mundo, los tres primeros tienen asignado una región de Latinoamérica y el cuarto a Europa, Asia y África. Al editor centro-norte, le corresponde coordinar los trabajos de México, Estados Unidos y los países de Centro América; el editor del Cono Sur, tiene a Chile, Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay; mientras que Colombia, Venezuela, Perú, Ecuador y Bolivia están incluidas en el editor del área andina.

Mientras que a los editores de invitados les corresponde coordinar con los editores regionales, para cada emisión de noticias, las entrevistas que van en vivo. Y los editores de agencias o *package*, recopilan la información necesaria de las agencias de noticias como *Prensa Latina*, *Reuters* y *la AFP* (Agencias de Prensa Francesa), con el fin de enriquecer el trabajo de los corresponsales y colaboradores, es decir que todos los editores de la Dirección de Asignaciones trabajan en equipo y complementan el trabajo de los otros.

Nosotros nos reunimos de manera permanente, tenemos tres reuniones una que se hace a las 8 de la mañana con el grupo que llega, tenemos uno que se hace a las 3 de

la tarde que es el cambio de guardia y tenemos uno a las 10 de la noche. El de la noche planifica la estrategia del día siguiente, deja un poco claro como se ha dejado la pauta; el de la mañana se verifica que esa estrategia todavía esté vigente y se revisa que material va enviar las corresponsalías y colaboradores cada día y a las 3 de la tarde hacemos seguimiento de qué ha salido y qué queda pendiente, todos los días se hacen estas reuniones. (C. Álvarez, comunicación personal, 30 de julio de 2013).

Telesur maneja dos figuras de periodistas para cubrir la información en los países que tienen presencia, estas son: corresponsales y colaboradores. Los primero tiene una relación contractual con el canal de tiempo completo, mientras que los colaboradores son contratados por paquetes, es decir, por un número específico de notas informativas y enlaces en vivo por mes. Para el 2013 Telesur tenía 15 corresponsales y 12 colaboradores en el mundo, distribuidos de la siguiente manera:

Tabla 3

Listado de corresponsales y colaboradores de Telesur en el mundo, elaboración propia.

CORRESPONSALES	COLABORADORES
México	Guatemala
Nicaragua	El Salvador
Cuba	Honduras
Colombia	Rio de Janeiro (Brasil)
Venezuela	Sao Paulo (Brasil)
Bolivia	Uruguay
Ecuador	Paraguay
Argentina	España
Chile	España (Económico)

Brasil	Turquía
Estados Unidos	Norte y centro de África
El Cairo	Sur de África
Siria	
China	
Rusia	

Nosotros hemos ido definiendo los colaboradores de diferentes formas. Por ejemplo Paraguay y Uruguay deberían ser corresponsalías porque están dentro del continente y nos generan muchísimo material que es importante para nosotros, pero tenemos las limitaciones por un lado administrativas porque en algunos países crear una corresponsalía es muy complejo y por otro lado no tenemos equipos estables. La formación en comunicación en América Latina básicamente la hace la derecha porque encontrar periodistas progresistas con miradas distintas de la comunicación no es tan sencillo, nosotros tenemos características técnicas que no son negociables cómo construir una nota, qué es lo que se quiere mostrar y eso no es tan sencillo (C. Álvarez, comunicación personal, 30 de julio de 2013).

3.2.2 Producción externa para Telesur

Desde el 2010, después del golpe de estado en Honduras, Telesur decide convertirse en un canal 100% informativo, así que toda su programación va dirigida a cumplir este propósito. El 70% de la parrilla son noticieros y el 30% restante son contenidos en otros formatos como reportajes, documentales e informes especiales, que por lo general los producen empresas externas al canal, esto va depender de la coyuntura noticiosa y de la planeación que se realice. Así la producción externa de Telesur se define en dos vías: una la realizan los colaboradores, que como ya comentamos, son periodistas que se les contrata por paquetes, según la planeación del mes o del año, a estos colaboradores se les asigna la responsabilidad de realizar contenidos con carácter más investigativo y de una duración mayor a las notas diarias para los noticieros, por lo general realizan los reportajes.

La otra forma para la producción externa de Telesur, son los documentales, que en su mayoría se hacen en co-producción con el canal, en cuanto al manejo del guión y el apoyo en fuentes. Para estas producciones existe una Red de Productoras Latinoamericanas que se creó en alianza con la Escuela Internacional de Cine y Televisión (EICTV) de San Antonio de los Baños en Cuba, después de un primer ejercicio de producción que se desarrolló entre el 2007-2009, que se llamó “Vamos a conocernos”, que consistía en piezas de corto-documental donde mostraban particularidades de los países de América Latina.

el primer trabajo con el cual me siento muy satisfecha fue haber realizado con el inestimable apoyo de la Escuela de Cine de San Antonio de los Baños, que es quien nos produce, es una escuela con perspectiva latinoamericana una de las mejores del mundo y que gradúa personas capacitadísimas en el tema de realización y ahí empezamos a contactar a los muchachos y a mandarles uno a uno la solicitud de un reel sobre su trabajo y empezamos a encargarles pequeñas piecitas para ver cómo funcionaba y en eso empezamos un proyecto que se llamó vamos a conocernos que eran unas capsulitas que mostraban como eran los países, capsulas de perfiles, manifestaciones culturales y otras de medio ambiente se hicieron muchas capsulas de todos los países de América Latina. (A.Orjuela, comunicación personal, 13 de agosto de 2013).

Actualmente la Red de Productoras Latinoamericanas, está conformada entre 20 y 25 organizaciones, que apoyan la producción de contenidos específicos que Telesur solicita, a su vez se ha generado la dinámica de ofrecer producciones al canal. Para el 2013 los espacios que se producían externamente para el canal eran: MP3 Gira Latina, que era un programa de música latinoamericana; Sala A, un espacio para difundir y comentar la producción cinematográfica de América Latina; Documentales Telesur, en donde se presentan diferentes producciones audiovisuales que tienen relación con las coyunturas noticiosas o efemérides que planea el canal para cada año y Dossier, un programa de información y geopolítica que produce la televisión pública venezolana.

En este contexto, vemos que gran parte de la producción que emite el canal, está a cargo de su equipo humano y técnico, y son reducidos los contenidos que realizan de manera externa y a su vez, estas productoras también se acogen o comparten los lineamientos editoriales que Telesur maneja para el trabajo informativo.

Este tercer capítulo nos permitió ver internamente como son las relaciones de poder que se juegan en la propuesta de Telesur, si bien ellos siempre han presentado bajo qué línea ideológica le apuestan a la construcción de diversidad informativa, que sería desde los procesos de izquierda latinoamericana, su objetivo de ser una estrategia para la integración comunicacional de la región queda corto en la medida en que dependen completamente de un Estado como el venezolano, que por su apuesta de transformar las estructuras políticas y económicas, y si le sumamos los errores internos en el manejo de las crisis, siempre está en riesgo latente de ser derrocado violentamente o castigado electoralmente por un desgaste en su gestión.

Ya conociendo esta parte estructural desde la toma de decisiones, la forma de financiación y como se produce los contenidos en el canal, pasamos al cuarto capítulo donde conoceremos la influencia del proyecto político bolivariano en la construcción de la línea editorial de Telesur.

4. Mirarnos con nuestros propios ojos: la propuesta de contenido de Telesur

“ *Vernos con nuestros propios ojos* ” es la premisa que impulsa Telesur para dar soporte a la propuesta de integración latinoamericana que se viene construyendo desde la Revolución Bolivariana para el continente.

En este último capítulo nos detendremos en exponer los valores y prioridades que Telesur destaca y promueve en la construcción de sus contenidos a través de línea editorial, después nos centraremos en mostrar cómo está conformada la parrilla de programación del canal, donde predominan los noticieros y los programas alternos relacionados con las coyunturas informativas, para terminar con un análisis de esta propuesta editorial, identificando sus fortalezas y debilidades.

Telesur por su misión siempre va estar siempre con su mirada puesta en los procesos de integración latinoamericana, va estar con su mirada puesta en los procesos de solidaridad entre los pueblos latinoamericanos, va estar con su mirada puesta en todos los avances, aportes, contradicciones, dificultades que enfrentan todos esos procesos de integración, va estar con su mirada puesta en todos los ataques y esas lógicas necesaria, invisible de confrontación de modelos que hace Telesur entre un modelo capitalista que marca una pauta, una norma y un modelo que a lo mejor no puede llamarse de manera homogénea socialista, si un modelo diferente de sociedad que apuesta por el desarrollo y el bienestar social que apuesta por el individuo ciudadano, no un individuo mercancía y en esa confrontación como líneas estructurales ahí tejemos cobertura, ahí tejemos como se entrelazan efemérides, ahí tejemos como esos contenidos van a los noticieros, a los programas temáticos, al resto de los programas informativos, a los reportajes y documentales. (W. Ramírez, comunicación personal, 01 de agosto de 2013).

En este escenario de construcción hemisférica desde la integración, es donde se desarrolla Telesur, como una herramienta que contrasta la información que se produce desde la otra mirada que destaca los valores individualistas y de libre mercado.

los proyectos comunicacionales siempre han sido la punta de lanza de los proyectos políticos y el proyecto político de nuestra región en la época neoliberal fue construir mercados no construir pueblos y eso es un cambio trascendente en los procesos de integración actual, para los países progresistas y de izquierda en la región la gente no es un mercado es un pueblo...para el sistema neoliberal(...)el proyecto político no ha sido el de crear ciudadanía sino de crear mercados y los mercados se interconectan poderosamente entre los medios de comunicación (...)entonces al contrario de ese

proyecto político con una clara expresión comunicacional, el proyecto político integrador que recoge las banderas de Bolívar, Artiga, San Martí, Alfaro, Sandino, Martí no tenía un medio de comunicación que permitiera tener eso en escena(...)tu puedes pensar lo que quieras, estar o no de acuerdo, adversarlo, pero lo que no puedes decir es que no existe, que es lo que han hecho durante todos esos años los medios hegemónicos ligados a ese proyecto político que decían la integración sí, pero comercial, la construcción de sociedades de consumo interconectadas pero sin ningún tipo de vínculo y estos medios de comunicación exacerbando los nacionalismos, las diferencias, porque somos importantes solo a la posibilidad del mercado. (P. Villegas, comunicación personal, 15 de agosto de 2013).

Bajo estas condiciones y apuestas desde un postura clara sobre qué modelo de sociedad se quiere construir, Telesur ha creado su propuesta discursiva y audiovisual para informar desde América Latina y con una mirada militante.

Telesur es un canal informativo las 24 horas, por lo tanto la columna vertebral de la programación son los noticieros, quiere eso decir que es una grilla que si la vez de arriba abajo un 70 o 75% son noticieros y un 100% programación informativa (W. Ramírez, comunicación personal, 01 de agosto de 2013)

4.1 Línea editorial para la integración latinoamericana

Los medios de comunicación a lo largo de la historia han surgido por unas necesidades específicas que responden a intereses individuales o colectivos, ya sean de carácter público - estatal o privado – comercial. En el caso que nos convoca están muy claras las necesidades políticas a las que contribuye la programación de Telesur. En este apartado expondremos los valores periodísticos que Telesur concibe para la producción y emisión de información latinoamericana y del mundo como multimedio 24/7 de contenidos específicamente noticiosos.

Hemos reiterado muchas veces el lugar que desempeña Telesur dentro del proyecto político de la Revolución Bolivariana en Venezuela y el propósito de la integración regional bajo la concepción de la Patria Grande, este componente es primordial en la estructura editorial que desde un principio ha impulsado en sus contenidos.

Principios y Valores Periodísticos es el nombre del manual de estilo de Telesur, aunque rechacen esta asignación al no considerarlo como un documento estático y sin utilidad en la práctica cotidiana, es el escrito institucional que claramente define su concepción y empleo de la información en cuanto a los fines de una integración latinoamericana a través de la premisa de “*Mirarnos con nuestros propios ojos*”.

“Este es un texto para leer y consultar, no para repetirlo mecánicamente o para decorar bibliotecas. Es un documento para alimentar criterios y reafirmar visiones, para desnudar los recursos invisibles del lenguaje de la dominación que preñan al periodismo tradicional, y ayudarnos así a transformarlo.” Introducción por Andrés Izarra.

A lo largo del texto se reitera constantemente que “los pueblos son los protagonistas”, este concepto de pueblo es importante en la concepción que tienen de integración latinoamericana, si bien hay unos Estados nacionales que hacen parte de América Latina y el Caribe, Telesur concibe la integración de los pueblos, es decir desde las comunidades organizadas que transforman la realidad y las condiciones sociales y políticas de los Estados, Consuelo Álvarez lo expone de la siguiente forma:

“...Nosotros priorizamos la voz de la comunidad organizada y cuando hablamos de pueblo regularmente nos referimos a esa comunidad organizada que trabaja en la transformación de su sociedad...” (C. Álvarez, comunicación personal, 30 de julio de 2013).

En el mismo sentido a Telesur le interesa promover los procesos de integración desde la visibilización de las realidades que viven las comunidades.

“...el papel fundamental ha sido mostrar lo que está sucediendo, nosotros somos una ventana de lo que está pasando en América Latina, no promovemos intencionalmente la integración, lo que hacemos es abrir ventanas para que la gente vea como el pueblo latinoamericano se integra a través de los procesos propios, es mostrar como los ecuatorianos están preocupados, interesados y brindan apoyo a los colombianos que tienen que desplazarse,... cómo ya no nos vemos con ojos de prevención, aunque todavía ocurre, cómo volvimos a mirarnos a

nosotros mismos con ojos de respeto... ahora nos vemos y nos respetamos, escuchamos al indígena, escuchamos al campesino, escuchamos al afrodescendiente, a las mujeres. Esto forma parte de lo que está ocurriendo... Telesur abre el espacio para que la integración sea evidente.” (C. Álvarez, comunicación personal, 30 de julio de 2013).

Así mismo, Villegas, concibe a Telesur como una zona común donde llegan los acontecimientos de toda América Latina, se desarrollan en un lenguaje homogéneo para que puedan ser recibidos por todos.

“Telesur es como una zona común, podría haber sido otro tipo de proyecto también válido en el sentido de que se había podido entregar una frecuencia con aportes de la televisión pública argentina, boliviana, ecuatoriana y sobre cómo cuentan los argentinos su realidad, cómo la cuentan los ecuatorianos, etc, pero esa no fue la decisión que se tomó sino realmente encontrar un lenguaje común, que nos permita a los argentinos contar su realidad para todos y así; primero Telesur es una zona común y eso ya es un primer ejercicio de integración súper poderoso...” (P. Villegas, comunicación personal, 15 de agosto de 2013).

Para Andrés Izarra uno de los grandes valores que tiene Telesur en cuanto a la integración ha sido la posibilidad de informar acontecimientos que afectaron la estabilidad política de los países que hacen parte de los cambios regionales y que las grandes cadenas no se atrevieron a informar o lo hicieron demasiado tarde.

“...gracias a Telesur pudimos denunciar el intento de golpe de estado a Correa, Telesur es un arma de generación de opinión e impacto de la opinión pública internacional de la cual no disponíamos, ha sido una herramienta política muy importante, todo lo que fue la denuncia contra el golpe de Honduras, el golpe contra Evo, los procesos electorales que hemos cubierto...” (A. Izarra, comunicación personal, 11 de agosto de 2013).

La denuncia no solo a niveles gubernamentales como el caso de los golpes de estado, sino la denuncia a las arbitrariedades que suceden con poblaciones o minorías desconocidas para la gran mayoría es otro punto que destaca Adriana Orejuela, Directora de Programas Informativos.

Creo que el mayor trabajo de Telesur en ese sentido, tiene que ver con algo que dijo Martí “antes de estar juntos hay que primero conocernos”. Yo creo que poner un reportaje sobre el Bajo Aguan¹⁸ y lo que está pasando ahí ya es un ejercicio de integración. Cuando tu visibilizas el tema de los haitianos en República Dominicana estás haciendo integración; también en el mundo global y con esa cruzada que hay contra los campesinos, el trabajo de Telesur es importante porque cada vez tenemos más cosas en común en la desgracia, son muchas cosas las que nos unen. Y la postura del canal de exacerbar lo que nos une y no lo que nos diferencia es una postura de visibilizar la obra de los mecanismos de integración desde todos los puntos de vista.. (A. Orjuela, comunicación personal, 13 de agosto de 2013).

Telesur prioriza tres principios en el ejercicio periodístico que son: la autenticidad, lo ético, la veracidad y la crítica, los cuales van de la mano con nueve puntos que destacan como “periodismo para la integración”:

- 1) Una televisora latinoamericana, 2) Los protagonistas de la información, 3) Compromiso social, 4) Veracidad, 5) Rigurosidad, 6) Transparencia, 7) Protección de la dignidad humana, 8) Protección de la información, 9) Palabras e imágenes para la integración

A lo largo del manual destacan dos valores, cooperación y solidaridad, tanto en la producción como en una organización comunicacional, así como destacar información de las comunidades, de los pueblos. El periodismo es planteado como un trabajo colectivo donde prevalece lo común, la cooperación y la solidaridad, permitiendo exponer por parte de los periodistas iniciativas, propuestas, críticas y diferencias en cuanto a la construcción de información.

Telesur entiende la noticia como el resultado de un contexto histórico, geopolítico y cultural, por eso para el canal es importante hacer seguimiento a la información teniendo en cuenta las causas, consecuencias y los actores que participan en ella, no perdiendo de vista el eje transversal de la integración latinoamericana y de los pueblos. En este sentido, algunas de las temáticas que el canal tiene presente en la producción informativa son:

- Política: valora los ejercicios políticos en espacios públicos, así como los esfuerzos de la integración y la solidaridad de los pueblos. También “atenderá con especial

¹⁸ Al sur de Río Aguan en Honduras

interés los hechos y procesos geopolíticos, los conflictos mundiales y regionales contra los poderes hegemónicos y a favor de la independencia, contra la dominación y por la liberación, que afectan los procesos políticos internos en cada país.”

- Conflictos bélicos: plantea su responsabilidad como medio de comunicación en ser una herramienta para la paz y la convivencia, promoviendo acuerdos, reconciliación y negociación. Patricia Villegas explica este punto con un caso en concreto:

la reacción de nuestros medios de comunicación en conflictos recientes como las situaciones de tensión entre Colombia y Venezuela (2008), que estuvimos al borde de una guerra, pudimos ver a quién le interesa la guerra y a quién le interesa la paz o la integración o los puntos en común; la exacerbación de la conflictividad en frontera por ejemplo la situación de los medios en Chile y en Bolivia con respecto a la demanda soberana de Bolivia sobre la salida al mar (...) En ese contexto Telesur aporta a la integración dando una mirada mucho más amplia a lo que son esos conflictos sin negarlos, en la construcción de esto que es tan poderoso como una zona común, un canal latinoamericano para latinoamericanos desde América Latina (P. Villegas, comunicación personal, 15 de agosto de 2013).

- Género: Evitará enaltecer la violencia de género, resaltará la lucha femenina por sus derechos y no se utilizará un lenguaje totalmente masculino.
- Economía: destacar las iniciativas de integración económica que se han planteado desde el Sur, cómo afecta las políticas neoliberales a la realidad social y la importancia de la economía en las dinámicas mundiales.
- Cultura: difundir las tradiciones artísticas y sociales de los pueblos latinoamericanos y caribeños así como las manifestaciones urbanas que responden a nuevos órdenes de la globalización.
- Deporte: para Telesur en el aspecto deportivo se debe destacar a los deportistas latinoamericanos y a las disciplinas más populares de la región, así como prácticas saludables. Aunque en este aspecto deportivo el canal ha tenido dificultades en lograr este propósito, Waldo Ramírez explica:

La perspectiva editorial de deportes Telesur es donde hemos tenido más dificultades, ... el deporte en Telesur tiene un análisis de evolución para que no solo se aborden los hechos

deportivos desde la perspectiva de la disciplina sino que todo eso esté montado sobre el andamiaje de la visión socio política, económica en materia deportiva; por lo general las fuentes de deportes se interesan más en lo primero que en esto, entonces el reto está en cómo introducimos los ingredientes y en tratar que los análisis de deportes no se queden solo en si el gran goleador, para trasladar la visión del deporte triunfador como comercio, no estamos negados a la transmisión de deporte profesional porque todas las disciplinas son profesionales pero eso no quita que hagamos mayores esfuerzos en los deportes olímpicos y en el deporte como educación física, recreación, esparcimiento sano, practica popular más ligada al ejercicio físico (W. Ramírez, comunicación personal, 01 de agosto de 2013).

En cuanto a la objetividad, Telesur tiene claro que no existe tal objetividad en los medios de comunicación, la denomina “La subjetiva objetividad”, es decir cada hecho hace parte de una historia, un contexto y unos actores que no son neutrales. En últimas plantean que no hay objetividad neutral.

Ya conociendo los pilares normativos en los que se basa la línea editorial de Telesur, pasamos ahora a conocer los ejes estratégicos que se platearon para el año del 2013 en los organismos de toma de decisiones.

4.2 Ejes estratégicos para la producción de contenidos y parrilla de programación

Telesur como canal informativo 24/7 está sujeto a los acontecimientos imprevistos que pasan en América Latina y en el mundo, cómo fenómenos naturales, conflictos armados, movilizaciones sociales, etc. Pero a su vez al final de cada año en el *Directorio Estratégico de Socios* establece líneas transversales que estarán presentes en las producciones informativas.

Para el año 2013 los ejes que se establecieron son:

-Tenencia y dominio sobre la tierra

-Minería: recursos naturales

- Conflictos en la región; la paz en Colombia es un tema estructural para Telesur porque incide en la estabilidad de América Latina.

- Minorías étnicas
- Diversidad sexual
- Crisis Financiera
- Movimientos sociales
- Agroindustria
- Cambio climático
- Medios de comunicación
- Seguridad alimentaria
- Narco violencia

Estas temáticas intentan estar integradas en la parrilla de programación, desde los informativos diarios, pasando por los programas especiales y los documentales que se planean hacer, ya sea por motivo de efemérides o coyunturas noticiosas en el momento.

La actual parrilla de programación se rige por los informativos, hay tres emisiones centrales de noticias: El Mundo Hoy (matutina 6:00 – 8:30 horas), Conexión Global (meridiana 11:30 – 12:30 horas) y Edición Central (nocturna 19:30 – 20:30). Además hay informativos de media hora entre cada emisión central, en el transcurso de la mañana hay tres emisiones en vivo (8:30, 9:30, 10:30); en la tarde son cuatro (14:30, 15:30, 17:30 y 18:30) y en las horas de la noche y la madrugada son cinco emisiones en vivo (21:30, 22:30, 00:30, 2:30 y 4:30).

el noticiero que amanece es el que nos dice cómo amaneció el mundo, cómo amaneció América, es el noticiero que trae mayor información de la otra parte del mundo porque en la madrugada nos llegó información de los corresponsales que estaban en esa zona y a la vez nos abre la agenda de día...hasta que llega el noticiero del medio día que te va contando como el desarrollo de las historias, se supone que a esa hora algo que en la mañana se estaba usando como titular ...ya podemos tener la historia, otros elementos, la nota completa o al menos si no tenemos eso completo que es el deber ser, tenemos la posibilidad de tener al corresponsal en el sitio... el noticiero de la noche debe decirnos al cierre de la jornada los principales temas cuáles han sido, lo más noticioso qué cosa ha sido, a esta altura por donde está el asunto, qué posibles

conclusiones si algo tiene conclusión, el noticiero de la noche no debe olvidar que la otra parte del mundo está amaneciendo así que debe informar lo que aconteció sobre todo en América Latina. (W. Ramírez, comunicación personal, 01 de agosto de 2013).

Además de los noticieros Telesur complementa su parrilla de programación con cinco bloques de contenidos audiovisuales que la mayoría de veces tendrá relación con la coyuntura noticiosa actual o que responden a sus ejes estratégicos.

El primer bloque son los programas informativos los cuales se producen y emiten una o varias veces al día de lunes a viernes: Impacto Económico, Deportes Telesur, Temas del Día, Mesa Redonda Internacional y Cruce de Palabras.

El segundo bloque son los programas temáticos, estos tienen asignado un día de la semana y la intención con estos contenidos especializados es atraer a más público, las producciones son: Atomun (ciencia y tecnología), Guía tu Cuerpo (salud), Zona Verde (ecología) , Entre Fronteras (realidades sociales en lugares fronterizos) y Congénero (temas de género).

El tercer bloque es la franja de reportajes Telesur, que está dedicada a la transmisión de producciones relacionadas con una coyuntura específica. Mientras que el cuarto bloque son los programas emitidos los fines de semana que trabajan temas culturales como: Vidas, Maestra Vida, MP3 Gira Latina y Un sabor me trajo hasta aquí. Como último bloque se encuentra la franja de documentales que por lo general se emiten los fines de semana, pero algunas veces según la coyuntura informativa, se trasladan para el momento justo.

Para tener una idea más detallada de la programación de Telesur, presentamos al final de este capítulo, un cuadro donde se refleja el diseño de la parrilla de la semana que va del 19 al 25 de agosto de 2013, facilitada por las directivas del canal.

Para finalizar este último apartado, podemos concluir que la propuesta editorial que maneja Telesur, está ampliamente determinada por las estructuras de poder que dominan el canal, en este caso el gobierno venezolano y el proyecto ideológico de integración latinoamericana que promueve la Revolución Bolivariana. En este sentido por más de que quieran promover la integración a través de la exposición de las realidades latinoamericanas contadas desde América Latina, siempre está presente en su propuesta no desligarse del propósito inicial de

ser un canal concebido como estrategia política para disputar la hegemonía comunicacional que por mucho tiempo han dominado las empresas oligopólicas de medios.

Así, podríamos decir, que Telesur, más allá de que su propuesta editorial sea diferente a otros canales informativos, lo que lo hace alternativo en últimas, es su posición explícita de militancia dentro de un proceso político. Por lo general estamos acostumbrados a que los medios de comunicación se presenten como imparciales, objetivos y sin afinidades en lo económico o político a alguna tendencia, este no es el caso de Telesur que siempre se presenta como un proyecto hijo de Chávez.

En este sentido, el propósito más amplio que es contribuir a la integración, queda corto, ya que la crítica que Telesur hace a los procesos que los sostienen es casi nula, y como tal las dinámicas políticas con el tiempo se van desgastando y surgen cada vez más contradicciones que sería interesante conocer desde una perspectiva autocrítica en un medio como este.

Conclusiones

A partir del enfoque de la Economía Política de la Comunicación y la Cultura (EPCyC), este trabajo titulado *Telesur: estrategia política bolivariana para la integración de América Latina*, se propuso principalmente conocer y analizar la relación que existe entre la estructura organizacional, el funcionamiento y la propuesta simbólica de un medio informativo como Telesur y la historia reciente de la última década en América Latina, teniendo como coyuntura la llegada al poder de diferentes propuestas políticas enmarcadas ideológicamente dentro del abanico de las izquierdas.

El estudio de caso de Telesur, acotado a identificar las relaciones de poder que se presentan en la dinámica interna como organización mediática y que se refleja en los contenidos audiovisuales informativos que producen y difunden a través de sus pantallas, contribuye a comprender la historia del sistema democrático latinoamericano desde la mirada de los medios de comunicación. En este sentido se identificó que hasta iniciado el siglo XXI, el sistema de medios de nuestros países se caracterizaba por ser homogéneo ya que predominaba el carácter privado-comercial, lo que ocasionó construcciones simbólicas e identitarias limitadas a esta noción mercantil de las industrias culturales.

El trabajo se propuso conocer las mediaciones históricas y estructurales que dieron paso al nacimiento de Telesur, para este punto fue necesario abordar dos aspectos, primero la historia de cómo se conformó y desarrolló el sistema de medios en América Latina y segundo, las razones políticas por las que se dio el giro progresista en algunos países.

Para el primer tema con relación al sistema de medios, se identificó las razones de dependencia con el capital y la elite política en la mayoría de los países, para entender cómo el modelo privado-comercial de radiodifusión respondió a las necesidades de los sistemas políticos que hubo en ese corte temporal.

Para comprender el giro progresista, fue necesario indagar en las causas que lo ocasionaron y descubrimos que el punto de quiebre fue la crisis social, política y económica que ocasionó la implementación de la receta neoliberal en estos países. Lo que produjo una ruptura con las

instituciones políticas tradicionales y dio paso a nuevos liderazgos cercanos a diferentes vertientes de centro-izquierda.

En este punto es importante destacar el rol que juega Venezuela, no solo como primer país que rechaza los efectos de estas medidas económicas, sino el liderazgo que posteriormente jugaría con la llegada al poder de Hugo Chávez, él cual lidera una serie de iniciativas de integración latinoamericana que configuran un nuevo regionalismo en la propuesta de un mundo multipolar. Es también en este escenario donde se da la ola de reformas en materia de medios y telecomunicaciones, en los mismos países que llegaron a tener cambios estructurales y que posibilita una mejor distribución de licencias de radio y televisión para tres actores, los históricos grupos privados, el Estado para que fortalezca sus medios y la asignación de señales para la sociedad civil organizada.

Algo que identifica estos dos momentos, el carácter privado-comercial del modelo de radiodifusión hasta concluir el siglo XX y las diferentes propuestas de reformas en este renglón, es la directa relación que tiene el universo de los medios de comunicación masivos y los sistemas políticos. En ninguno de los dos casos hubiese sido posible su desarrollo, sino hubiese contado con el apoyo de los regímenes políticos de turno. Es decir, se evidencia una clara relación de poder entre estos dos renglones de la sociedad actual latinoamericana.

La investigación también identificó las mediaciones institucionales y organizacionales en la que se desarrolla Telesur. Teniendo como base el contexto histórico-estructural, y los hallazgos logrados durante la estancia de investigación al interior del canal, se analizó la relación directa y dependiente del proyecto comunicativo con el gobierno venezolano en dos elementos importantes: la dependencia económica e ideológica que marca la línea estratégica del canal. Podemos concluir que esta dependencia económica e ideológica del canal con el gobierno venezolano pone en riesgo la continuidad del proyecto mediático, teniendo en cuenta la crisis política que se ha profundizado desde la muerte de Hugo Chávez (Marzo de 2013), y los cambios de poder en algunos países como Argentina y Brasil.

El tercer eje de este trabajo, pero que habría que profundizar empleando una metodología de análisis de contenido, es la mediación expresiva, identificamos la relación directa que existe entre la propuesta política de la Revolución Bolivariana y la idea de integración

latinoamericana que propone en la construcción informativa y de contenidos que realiza Telesur. El canal como instrumento político para mostrar desde otro enfoque las realidades latinoamericanas, queda corto en abrir el espacio para mostrar las contradicciones de los gobiernos que lo han impulsado, específicamente para el caso de Venezuela. Con esta realidad discursiva en su propuesta, la idea inicial de convertirse en una alternativa de información latinoamericana es limitada, es decir, es una alternativa en la medida que brinda otra posibilidad de contar la realidad, pero no es alternativa en el sentido de que termina reproduciendo la polarización que promueven los medios tradicionales.

Todos los procesos políticos que hemos mencionado, que llegaron al poder en el periodo conocido como la década ganada, actualmente atraviesan serias dificultades de legitimidad para una continuidad en sus iniciativas, ya sea por factores externos de insidencia política, o desgastes internos en seguir avanzando en las promesas establecidas y que siguen sin cumplirse. América Latina sigue en disputa y Telesur es un reflejo nítido de esa dinámica de poder, por eso es necesario seguir observando atentamente qué rumbo decide tomar el canal de la integración latinoamericana.

Bibliografía

Barbero, J. (2010). *De los medios a las mediaciones: comunicación, cultura y hegemonía.*, España: Antropos, UAM-A.

Barbero, J. y Rey, G. (1999), *Los ejercicios del ver. Hegemonía audiovisual y ficción televisiva.* España: Gedisa.

Becerra, M. (2015). De la concentración a la convergencia políticas de medios en Argentina y América Latina. Buenos Aires: PIDÓS.

Bolaño. C. (2013). *Industria Cultural información y capitalismo.* Barcelona: Gedisa.

Bolaño, C; Mastrini, G; Sierra, F. (Eds.). (2005). *Economía Política, comunicación y conocimiento: una perspectiva latinoamericana.* Buenos Aires: La Crujía.

Bustamante, E. (2003). *Las industrias culturales entre dos siglos.* En Bustamante, E. *Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación.* España: Gedisa.

Casetti, F. y di Chio, F. (1999). *Análisis de la televisión: instrumentos métodos y prácticas de investigación.* Barcelona: Paidós.

Carballal, A. (2008). *La integración en América Latina y los medios de comunicación: caso Telesur.* Tesis de Maestría en Estudios Latinoamericanos; Universidad Nacional Autónoma de México. P.17.
<http://latinoamericanos.posgrado.unam.mx/?archivos=armando-carballal-cano>

Castells, M. (2010). *Comunicación y poder.* Madrid: Alianza Editorial.

Declaración Universal de los Derechos Humanos
http://www.ohchr.org/EN/UDHR/Documents/UDHR_Translations/spn.pdf

Declaración conjunta entre el presidente de la República Bolivariana de Venezuela y el presidente del consejo de estado de la república de Cuba para la creación del ALBA

<http://www.alianzabolivariana.org/modules.php?name=Content&pa=showpage&pid=2060>

Delgado, J. Gutiérrez, J. (2007). *Métodos y técnicas cualitativas de investigación en ciencias sociales*, Madrid: Editorial Síntesis.

De Mateo, R. y Bergés, L. (2009). *Los retos de las televisiones públicas, financiación, servicio público y libre mercado*. España: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.

Del Búfalo, E. y López, M. (2006). *Identificación y análisis de los principales cambios realizados por los nuevos gobiernos. Venezuela*. En Elias, A. *Los gobiernos progresistas en debate. Argentina, Brasil, Chile, Venezuela y Uruguay*. Buenos Aires: CLACSO. Recuperado en

<http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/edicion/elias/PPVenezuela.pdf>

Fuenzalida, V. (2006). *Reformas en la TV pública de América Latina*. En R. Alfaro (Ed.), *De lo estatal a lo público. Medios: ¿de quién y para qué?*. Lima: Asociación de Comunicadores Sociales Calandria y Veeduría Ciudadana de la Comunicación Social.

Gómez, R. y Sánchez, R. (2011). *La Economía Política de la Comunicación y la Cultura, tradiciones y conceptos*. Portal comunicación.com. Recuperado en http://www.portalcomunicacion.com/lecciones_det.asp?id=62

La nueva etapa, nuevo mapa estratégico.

http://infovenezuela.org/democracy/attachments-spanish/T5%20ST06a%20N4%20Objetivo%207_nueva_etapa_17_nov_02.pdf

López, M., Figueroa, C. y Rajland, B. (2010). *Temas y procesos de la historia reciente de América Latina*. Santiago de Chile: Editorial Arcis, CLACSO. Recuperado en <http://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/coediciones/20100827084236/historiarec.pdf>

López, M. y Lander, L. (2010). *Acciones colectivas beligerantes y cívicas y su aporte al proceso democrático venezolano actual*. En López, M., Figueroa, C. y Rajland, B.

- (2010). *Temas y procesos de la historia reciente de América Latina*. Santiago de Chile: Editorial Arcis, CLACSO. Recuperado en <http://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/coediciones/20100827084236/historiarec.pdf>
- Mastrini, G y Becerra, M. (2006). *Periodistas y Magnates: estructura y concentración de las industrias culturales en América Latina*. Buenos Aires: Prometeo libros: Instituto de Prensa y Sociedad
- Mc Quail, D. (1998); *La acción de los medios: los medios de comunicación y el interés público*, Buenos Aires: Amorrortu editores.
- Miége, B. (2015). *El Pensamiento comunicacional*. México: Universidad Iberoamericana.
- Modonessi, M. (2012). Revoluciones pasivas en América Latina. Una aproximación gramsciana a la caracterización de los gobiernos progresistas de inicio de siglo. En Thwaites, M. *El Estado en América Latina: continuidades y rupturas*. Santiago de Chile: CLACSO, Editorial Arcis. Recuperado en <http://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/gt/20121127121700/EIEstadoenAmericaLatina.pdf>
- Monedero, J. (2012). Venezuela: la revolución mágica. En Thwaites, M. *El Estado en América Latina: continuidades y rupturas*. Santiago de Chile: CLACSO, Editorial Arcis. Recuperado en <http://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/gt/20121127121700/EIEstadoenAmericaLatina.pdf>
- Orozco, G y González, R. (2011). *Una coartada metodológica: abordajes cualitativos en la investigación en comunicación, medios y audiencias*. México: Productora de contenidos culturales.
- Ortega, P. (2006). *La otra televisión. Por qué no tenemos televisión pública*, México: Universidad Autónoma Metropolitana.
- Palomino, H. (2005). *Los sindicatos y los movimientos sociales emergentes del colapso neoliberal en Argentina*. En De la Garza, E. (compilador). *Sindicatos y nuevos movimientos sociales en América Latina*. Buenos Aires: Colección Grupos de Trabajo

- de CLACSO. Recuperado de <http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/grupos/sindi/palomino.pdf>
- Ramírez, F. (2012). Reconfiguraciones estatales en Ecuador: 1990-2011. En Thwaites, M. El Estado en América Latina: continuidades y rupturas. Santiago de Chile: CLACSO, Editorial Arcis. Recuperado en <http://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/gt/20121127121700/ElEstadoenAmericaLatina.pdf>
- Sader, E. (2008). Refundar el Estado. Posneoliberalismo en América Latina. Buenos Aires: Ediciones CTA, CLACSO. Recuperado en <http://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/coediciones/20100824012031/sader.pdf>
- Salö, F. y Terenius, E. (2007) *Telesur: "Tele Chávez" or the public service of Latin America? A case study*. Suecia: Journalism and multimedia, Södertörn University College.
- Sinclair, J. (2000). *Televisión: comunicación global y regionalización*. Barcelona:Gedisa.
- Sánchez,E. (1991). *Medios de difusión y sociedad*. Guadalajara, Universidad de Guadalajara.
- Thwaites, M. (2012). El Estado en América Latina: continuidades y rupturas. Santiago de Chile: CLACSO, Editorial Arcis. Recuperado en <http://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/gt/20121127121700/ElEstadoenAmericaLatina.pdf>
- Thwaites, M. y Ouviaña, H. (2012). La estatalidad latinoamericana revisada: reflexiones e hipótesis alrededor del problema del poder político y las transiciones. En Thwaites, M. El Estado en América Latina: continuidades y rupturas. Santiago de Chile: CLACSO, Editorial Arcis. Recuperado en

<http://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/gt/20121127121700/ElEstadoenAmericaLatina.pdf>

Thwaites, M. (2016). La impugnación al neoliberalismo y su crisis. Uruguay: La Diaria. Recuperado en <https://ladiaria.com.uy/articulo/2016/5/la-impugnacion-al-neoliberalismo-y-su-crisis/>

Toussaint, F. (2011). *Desafíos de la televisión pública*, México: SITESA, Universidad Nacional Autónoma de México.

Toussaint, F. (2016). Aproximaciones a la televisión pública en América Latina, México: Universidad Nacional Autónoma de México.

UNESCO. (1980). *Un solo mundo, voces múltiples: comunicación e información en nuestro tiempo*; México: Fondo de Cultura Económica.

Zallo, R. (1988). *Economía de la comunicación y la cultura*. Madrid: Ediciones Akal.

Artículos online

Barbero, J. (2001). *Reconfiguraciones comunicativas de lo público*, Revista Análisis N.26. Recuperado de http://www.comunicacionymedios.com/comunicacion/teorias/textos/martin_barbero_lopublico.htm

Barbero, J. (2001). *Televisión pública, televisión cultural: entre la renovación y la invención*. Centro de Competencia en Comunicación para América Latina. Recuperado de <http://library.fes.de/pdf-files/bueros/kolumbien/04199.pdf>

Badillo, A.; Mastrini, G. y Merenghi, P. (2015). Teoría crítica, izquierda y políticas públicas de comunicación: el caso de América Latina y los gobiernos progresistas. *Comunicación y Sociedad*, Nueva Época, No 24. Recuperado de <http://www.revistascientificas.udg.mx/index.php/comsoc/article/view/2524>

Gómez, R. y Huerta-Wong, J. (2012). *Concentración y diversidad de los medios de comunicación y las telecomunicaciones en México*; *Comunicación y Sociedad*, Nueva Época (19). Recuperado de <http://www.comunicacionysociedad.cucsh.udg.mx/sites/default/files/a5.pdf>

Gómez, R. (2013). Media Reform in Latin América: communication Policies and Debate; *The Political Economy of Communication*. Vol 1, No 1. Recuperado de <http://www.polecom.org/index.php/polecom/article/view/16/146>

Mosco, V. (2006). *La Economía Política de la Comunicación: una actualización diez años después*. Cuadernos de Información y Comunicación. Recuperado de <http://revistas.ucm.es/index.php/CIYC/article/view/CIYC0606110057A>

Serrano, P. (2007). *TeleSur, balance de un sueño que va siendo realidad*. www.pascualserrano.net. Recuperado de <http://www.pascualserrano.net/noticias/telesur-balance-de-un-sueno-que-va-siendo-realidad/?searchterm=telesur>

Ramonet, I. (2005). Telesur, www.aporrea.org, Recuperado de <http://www.aporrea.org/actualidad/a15806.html>

Torrico, M. (2006). ¿Qué ocurrió realmente en Bolivia? *Perfiles Latinoamericanos*, recuperado de <http://perfilesla.flacso.edu.mx/index.php/perfilesla/article/view/221/175>

Scribano, A., & Schuster, F. (2001). Protesta social en la Argentina de 2001: entre la normalidad y la ruptura. *Observatorio Social de América Latina*, 5, recuperado de http://www.sociedad-estado.com.ar/wp-content/uploads/2014/10/Scribano_Schuster_Protesta_Social.pdf

Cué, C. (28 de marzo de 2016) Argentina sale de Telesur, la cadena latinoamericana creada por Chávez. El País. Recuperado de http://internacional.elpais.com/internacional/2016/03/28/argentina/1459194299_288241.html

Páginas web

www.telesurtv.net

www.alba-tcp.org

<http://www.cne.gob.ve/web/index.php>

<http://www.felap.org/>

<http://www.minci.gob.ve/>