

Telesur. Estrategia geopolítica con fines integracionistas*

Andrés Cañizález y Jairo Lugo**

El artículo aborda el proyecto de Telesur en el contexto de la integración regional latinoamericana y de la confrontación geopolítica con los Estados Unidos, analizando la manera en que las divergencias entre la administración de Hugo Chávez y la de Estados Unidos han hecho de la geopolítica una parte fundamental de este proyecto televisivo. Se discute qué tan válido puede ser comparar Telesur con otras televisoras, como Al-Jazeera y Euronews. Aunque todavía es muy pronto para asegurar la viabilidad del canal, ya es posible prever que, en un futuro cercano, éste enfrentará una serie de retos que moldearán su naturaleza y la de su audiencia.

Palabras clave: Telesur, Hugo Chávez, integración sudamericana, telecomunicaciones.

Telesur. Geopolitical Strategy with Integrationist Aims

This article discusses the project of Telesur in the context of regional integration in Latin America and geopolitical confrontation with the US. The article considers the way in which confrontation between President Hugo Chávez's administration and the United States has made geopolitics a fundamental part of this telecommunications project. It discusses the validity of comparing Telesur to other broadcasters such as Al-Jazeera and EuroNews. Although it is still too soon to provide an assessment of the viability of the channel, it is already possible to foresee that it will face in the near future a series of challenges that will reshape its nature and that of its audiences.

Key words: Telesur, Hugo Chávez, South American integration, telecommunications.

Fecha de recepción: 02/11/06

Fecha de aceptación: 07/06/07

El escenario político latinoamericano ha girado significativamente hacia la izquierda en los últimos años. Luego de décadas de dictaduras y de un traumático período posdemocrático, caracterizado por políticas neoliberales, varios países, en la región, han empezado a optar por líderes de izquierda. Ninguno de ellos es, sin embargo, tan influyente o controversial como el presidente de Venezuela, Hugo Chávez, quien, luego de un intento de golpe de Estado en 1992 y de estar preso tres años, llegó al poder con una victoria arrolladora en las elecciones de 1998.

Después de su triunfo, Chávez ha liderado un proceso de reformas institucionales que incluye la promulgación, tras consulta popular, de una nueva Constitución y la disolución de instituciones y poderes públicos. Además, ha emprendido una serie de iniciativas políticas, como la nueva reforma agraria (la primera se efectuó en los años 60); el aumento considerable de los presupuestos de educación y salud; la reestructuración de la industria petrolera venezolana y el establecimiento de nue-

vas alianzas geoestratégicas que presuponen un alejamiento de Estados Unidos y una aproximación a nuevos ejes de poder, como Cuba, China, Irán y Rusia.

Como consecuencia de este cambio paradigmático, tanto en las relaciones externas como en las políticas internas, el presidente Chávez ha enfrentado una fuerte oposición desde diversos sectores, incluida la poderosa élite económica que controla los medios de comunicación privados (Romero y Lugo, 2003). Esta pugnacidad quedó en evidencia durante el fallido intento de golpe de Estado de 2002 y en la huelga general contra Chávez, ocurrida entre diciembre de 2002 y febrero de 2003. En ambas ocasiones, los medios privados se alinearon abiertamente con los factores más radicales de la oposición.

Una de las primeras medidas de Pedro Carmona, durante el gobierno de facto que duró 48 horas, fue reunirse, después del golpe, con algunos propietarios y ejecutivos de los prin-

* Este artículo toma partes de uno original en inglés, escrito por ambos autores. La traducción fue realizada gentilmente por Valentina Cruz.

** Centro de Investigaciones de la Comunicación. Universidad Católica Andrés Bello (Venezuela) acanizal@ucab.edu.ve / Department of Film & Media Studies. University of Stirling (Reino Unido) jairo.lugo@stir.ac.uk

cipales medios de comunicación comerciales para coordinar una estrategia de apoyo. Esta consistía en fomentar la autocensura acerca de todos los movimientos y manifestaciones públicas que estaban ocurriendo en el país para restablecer a Chávez en el poder y el apuntalamiento de Carmona, como legítimo gobernante.

Posteriormente, a finales de 2002, durante la huelga general contra el gobierno nacional, los principales medios de comunicación, especialmente las estaciones de radio y televisión, ofrecieron espacios gratuitos para la propaganda opositora. De esta forma, los medios privados se convirtieron en un elemento clave para la articulación de la oposición al régimen. De estos hechos se desprende la tendencia del actual gobierno de apoyar a los medios comunitarios y alternativos (Romero y Lugo, 2003).

Puede decirse que las acciones opositoras, por parte de los medios de comunicación comerciales, tuvieron, en los primeros años del gobierno de Chávez, una respuesta poco efectiva. Por su lado, funcionarios del gobierno han admitido que las políticas de comunicación e información no han sido las más adecuadas hasta ahora. En ese sentido, el propio presidente Chávez señaló:

Para la Revolución es crucial nuestra presencia en los medios. Allí hemos fallado. Yo me he cansado de decirles a cada funcionario, gobernador y alcalde, que deben decirle al pueblo lo que estamos haciendo. Es importante que cada uno de ellos vaya al programa de radio local, al periódico del pueblo, para decir lo que estamos haciendo¹.

Sin embargo, es importante destacar que antes del intento de golpe y de la huelga general de 2002, ya existían algunas iniciativas para lograr mayor autonomía informativa por parte del gobierno. Desde su llegada al poder, Chávez ha desarrollado varios proyectos comunicacionales para contrarrestar a los medios privados. Estas iniciativas incluyeron, en su tiempo, un diario denominado *El Correo del Presidente*; un programa semanal de radio y televisión, llamado *Aló, Presidente*; y numerosos recursos invertidos en medios comunitarios. Más recientemente, este plan de medios incorporó a la cadena internacional de televisión conocida como *Telesur*.

Este artículo tiene el propósito de explicar y discutir el origen de este último proyecto, situándolo en el contexto de la integración regional latinoamericana. El artículo también con-

sidera la forma en que la confrontación entre el gobierno de Chávez y los Estados Unidos ha hecho de la geopolítica una parte fundamental del proyecto. La idea es explorar la naturaleza del concepto inicial y compararla con los contextos y narrativas que definen actualmente su existencia.

Partimos de la idea de que el análisis debe hacerse en dos niveles, como consecuencia de sus dos propósitos: ser un instrumento de confrontación asimétrica contra los Estados Unidos y un facilitador de la integración geopolítica en la región.

Sostenemos que *Telesur* debe ser entendido como un proyecto que presupone la existencia de una esfera pública común en América Latina, en la cual las identidades de sus ciudadanos están definidas por medio de la confrontación, pero que, al mismo tiempo, opera en una región donde estos espacios mediáticos comunes no sólo son inexistentes en la práctica, sino que, en términos geográficos, están definidos por elementos nacionales.

Analizando su funcionamiento de esta manera, exploramos los antecedentes, la organización y la estructura de *Telesur*, en el contexto del sistema de los medios de comunicación latinoamericanos.

De acuerdo con señalamientos de algunos autores, a América Latina se la simplifica, a menudo, como si fuera una región única, con una cultura común (Roncagliolo, 2003). Tal reduccionismo emana de la creencia de que los tres factores principales de la cultura sólo son el idioma, la religión y la historia. Por tanto, no sorprende observar un extendido discurso acerca de espacios comunes o, incluso, voces articulando una supuesta esfera pública compartida en América Latina.

El ideal de integración latinoamericana es presentado, a menudo, como una serie de proyectos con el objetivo de rescatar el imaginario postcolonial del siglo XIX. Entre ellos se pueden distinguir iniciativas integracionistas que van desde espacios de mercado común (SELA, Pacto Andino, Mercosur, etc.) hasta empresas conjuntas en áreas de la cultura, la ciencia y, más recientemente, en los medios de comunicación. Es una visión romántica que tiende a buscar entre los latinoamericanos el ideal de una identidad y espacio comunes.

Esta visión se basa en interpretaciones atemporales que, por lo general, ignoran los niveles de diversidad cultural y política que predominan en Latinoamérica. De acuerdo con esta

1 Hugo Chávez en el documental *La Revolución no será televisada* (Bartley y O'Briain, 2003).

interpretación, argentinos, bolivianos, brasileños, cubanos, uruguayos y venezolanos deberían compartir no sólo valores culturales, sino también una esfera pública común. En otras palabras, es un paradigma pseudo-epistemológico con una base teórica endeble.

En efecto, aunque comúnmente se cree que hay un sentido de identidad en Latinoamérica, que raramente se observa en otras regiones, esta noción se basa en observaciones superficiales de un simbolismo indígena, un idioma, una religión y antecedentes históricos comunes. Como tal, esta perspectiva ignora el hecho de que la mayor proporción de la población latinoamericana es actualmente urbana.

La aparición de estos vastos espacios urbanos en la región, durante el siglo XX, cuestiona la noción de realidad indígena-rural y de espacio histórico común translinoamericano. Incluso, el componente indígena de su población, señalado frecuentemente como componente clave de la integración histórica y cultural, no puede ser visto como referente para un espacio común que, ahora, va mucho más allá de la esfera de lo simbólico. De hecho, las redes históricas existentes entre estos segmentos de la población no son tan extensas como se piensa comúnmente, y están mucho más permeadas por realidades urbanas culturalmente amalgamadas que por sus antecedentes histórico-socioculturales.

En consecuencia, la búsqueda de un ideal de integración muchas veces tropieza con la rica diversidad y heterogeneidad que caracteriza a la América Latina urbana de hoy. Es decir, existe una clara distancia entre el ideal romántico de una América Latina con raíces culturales comunes y la verdadera dinámica cultural y, por tanto, nuestro trabajo parte del hecho de que los sistemas de los medios de comunicación, en Latinoamérica, se enfrentan con una paradoja cierta. Por un lado, están aún enmarcados y definidos por prerrogativas del Estado-Nación; por el otro, están influenciados y definidos por las poderosas tendencias globales. Tal y como lo han señalado algunos autores, sólo un enfoque combinado de políticas locales y medios globales puede proporcionar una visión exhaustiva de los medios de comunicación latinoamericanos. (Fox y Waisbord, 2002: xxii).

El proyecto de *Telesur*, como red de televisión latinoamericana, se enmarca en esta dinámica. Si bien intenta ser una expresión de espacio común, con capacidad para promover la integración político-cultural, es, al mismo tiempo, un medio

para extrapolar los intereses geopolíticos nacionales, tanto dentro de Venezuela como en el exterior. Este último aspecto es similar a otras redes, tales como la *BBC*, *CNN* y *Al-Jazeera*, en el sentido de que, aunque sin haberlo reivindicado explícitamente, han adquirido la capacidad de proyectar sus ambiciones políticas dentro del país e internacionalmente². De hecho, algunas autoridades venezolanas han justificado y promovido *Telesur* como una alternativa a las cadenas de noticias de Estados Unidos y del Reino Unido (básicamente *CNN* y la *BBC*), que han dominado la escena desde los años 90 (White, 1997: 131).

De acuerdo con los funcionarios venezolanos, el objetivo de *Telesur* es asociarse con proyectos tales como *Al-Jazeera* y la próxima cadena internacional de noticias francesa (BBC, 2005). Para los principales gobiernos involucrados en *Telesur* (Argentina, Cuba, Uruguay, Venezuela y más recientemente Bolivia), estas alianzas constituyen un aspecto importante del proyecto, dado que permite a la región proyectar sus intereses en el exterior.

ETAPAS INICIALES

Una de nuestras tesis es que *Telesur* ha sido, desde el principio, un proyecto político del gobierno de Hugo Chávez, con el propósito de lograr presencia internacional y proyección geopolítica. A comienzos del proyecto, la participación de Andrés Izarra, ministro de Comunicación e Información de Venezuela para el momento, como presidente del canal, despertó suspicacia y originó críticas, incluso entre los adeptos a la idea. Aunque días después Izarra renunció al Ministerio, su presencia inicial en *Telesur* socavó cualquier pretensión de independencia gubernamental. Esto tuvo importantes repercusiones en debates posteriores sobre *Telesur*, como paradigma informativo alternativo.

De hecho, una de las primeras declaraciones oficiales que asomó la posibilidad de un canal de televisión latinoamericano fue hecha por Andrés Izarra el 5 de enero del 2005, durante el programa *Aló, Presidente* (Perozo, 2005). Izarra anunció que *TV Sur*, como se llamó originalmente, sería lanzado en marzo de ese año. También señaló que la agencia nacional de noticias *Venpres* pasaría a llamarse *Agencia Bolivariana de Noticias* (Wefer, 2005). Desde ese momento hubo varios anuncios oficiales en los que se mencionaba el proyecto *Telesur* como parte de la estrategia comunicacional del gobierno.

2 En el caso de la BBC es más evidente, ya que el Servicio Mundial de la BBC no es financiado por la licencia de televisión (impuesto que pagan las personas por el uso del televisor), sino directamente por el Ministerio de Asuntos Exteriores y de la Commonwealth, el cual justifica el patrocinio con el argumento de que se trata de un esfuerzo por la diplomacia pública.

En enero de 2005, Chávez designó a Blanca Eekhout como presidenta de la principal televisora del Estado, *Venezolana de Televisión (VTV)*. Eekhout también fue designada directora de la nueva *Televisora del Sur C.A.*, la cual adoptaría más tarde el nombre comercial de *Telesur* (Santos, 2005a: 2-9).

En su anuncio, el presidente Hugo Chávez ratificó que el nuevo canal incorporaría contenidos de televisoras públicas de Argentina, Brasil y Venezuela, con el objetivo de presentar la realidad social de Latinoamérica y el Caribe. Esto no se ha logrado por completo. Aunque los programas han sido hechos por productores independientes de esos países, nuestro análisis señala que el contenido general aún no refleja la riqueza y heterogeneidad de la región. También dijo que la señal llegaría a Bogotá, Ciudad de México, Lima, Brasilia y los Ángeles (Diario de Caracas, 2005). Días después, Izarra proporcionó detalles del proyecto. De acuerdo con este nuevo anuncio, *Telesur* transmitiría desde un edificio anexo de *Venezolana de Televisión (VTV)*, utilizando tres estudios en Caracas. También tendría una red de corresponsales en Los Ángeles, México, Bogotá, Lima, Buenos Aires, Brasilia y Río de Janeiro. La inversión inicial anunciada fue de 3 millones de dólares, todo financiado por el gobierno venezolano. De acuerdo con Izarra, la idea era fundar una compañía estatal que fuera capaz de vender, posteriormente, acciones a otras naciones socias (Santos, 2005b: 2-9).

Para marzo de 2005 y aún sin señal de transmisión, Izarra anunció que el canal comenzaría sus transmisiones en mayo y que, en junio o julio, sería posible transmitir por satélite las 24 horas (Agencia AP, 2005). También anunció que el 40 % de los primeros programas serían noticias y espacios de servicio público (*País*, 2005).

Por otra parte, se creó un "gabinete comunicacional", con el propósito de diseñar estrategias y políticas para enfrentar lo que el Ejecutivo denominó "las agresiones de los medios de comunicación privados contra el gobierno". Posteriormente, se confirmó que la sede de *Telesur* estaría en Caracas y que la participación accionaria del canal sería: 70% para Venezuela, 20% para Argentina y 10% para Uruguay. Brasil y Cuba también podrían ser considerados como socios (*Diario 2001*, 2005). Para entonces, el presupuesto destinado a cubrir los primeros años de las operaciones del canal había ascendido a 10 millones de dólares, los cuales pagó en su totalidad el gobierno venezolano, a través de la Corporación Venezolana de Petróleo, empresa estatal filial de PDVSA (*Últimas Noticias*, 2005).

La primera señal de *Telesur* fue transmitida el 24 de julio del 2005. El director general del canal, Aram Aharonian, señaló que ese era un momento importante para la región, ya que a través de esta iniciativa "es posible contrarrestar el control de los conglomerados de los medios". Aharonian explicó que el canal se propuso ofrecer una opción distinta a las cadenas noticiosas norteamericanas y europeas, "con una agenda alternativa completamente diferente a las de esas compañías multinacionales". Admitió que se le daría preferencia "a la integración política y económica, diversidad y pluralidad en Latinoamérica", destacando que la intención era "desafiar el discurso hegemónico de las principales cadenas internacionales (Santos, 2005c: C14)". Aharonian también enfatizó que esta iniciativa sólo era posible gracias al nuevo ambiente político de la región, caracterizado por gobiernos de izquierda. Sin embargo, en esa ocasión rechazó la acusación de que el canal sería usado como un vehículo de propaganda de Cuba y Venezuela (*Tal Cual*, 2005).

A partir de estos testimonios, es posible señalar que, desde el principio, *Telesur* tuvo un doble objetivo. El primero era servir de contrapeso a la dominación hegemónica de las cadenas internacionales como la *BBC* y *CNN*, mientras que el segundo era promover la integración política y cultural por medio del fortalecimiento de lo que ellos consideraban era la esfera pública común en la región. Esta dualidad refleja, en gran medida, los nuevos objetivos de la diplomacia venezolana, como el de apuntalar nuevas relaciones geopolíticas como una forma de contrarrestar posibles políticas aislacionistas de Estados Unidos.

Sin embargo, para lograr penetración, aceptación y legitimidad entre posibles audiencias, *Telesur* debió conformar un Consejo Asesor independiente. El mismo está integrado por intelectuales internacionales y regionales de izquierda, incluidos el ganador del premio Nobel de la Paz Adolfo Pérez Esquivel; el poeta nicaragüense Ernesto Cardenal; los escritores Eduardo Galeano, Tariq Ali y Saul Landau; el editor de *Le Monde Diplomatique* e historiador, Ignacio Ramonet; el pionero del software libre, Richard Stallman; el director de cine peruano, Javier Corcuera y el actor estadounidense Danny Glover. Claramente, la composición de la directiva tiene importantes implicaciones en términos de vinculación entre el canal y los principales movimientos de resistencia en el mundo.

Sin embargo, aunque la iniciativa haya sido presentada a otros países, por el momento, Venezuela es el principal con-

tribuyente del proyecto. La mayoría de los socios aún no ha cumplido con sus obligaciones de inversión económica. Argentina, Cuba, Brasil y Uruguay fueron invitados, al principio, para participar en esta iniciativa como socios, pero Brasil se retiró casi desde el principio, argumentando que lo hacía para fundar su propia iniciativa (*TV Brasil*); mientras que Argentina, Cuba y Uruguay aún tienen que cumplir con muchos de sus compromisos financieros, correspondientes a los años 2005 y 2006.

La composición final de los socios es la siguiente: Venezuela tiene una participación del 46 % de las acciones, Argentina 20%, Cuba 19% y Uruguay 10%. Recientemente, después de la elección de Evo Morales, en enero de 2006, Bolivia se convirtió en socio de *Telesur* con 5 % de participación (MINCI, 2006).

Otros países como Colombia y Perú que, originalmente, estaban dispuestos a permitir que en sus países los operadores de satélite y televisión por cable transmitieran la señal de *Telesur*, dieron marcha atrás. En el primer caso, se hizo luego de que en la transmisión de inauguración de *Telesur* se incluyera una entrevista de una hora a Manuel Marulanda, comandante en jefe de las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia (FARC), principal grupo guerrillero de ese país; mientras que en el caso de Perú, hubo un aumento de las tensiones entre los presidentes Alejandro Toledo y Hugo Chávez³.

Aunque Venezuela es el principal patrocinante del canal, los funcionarios de los países socios juegan un papel importante en la definición de los objetivos estratégicos y en la orientación editorial. De acuerdo con los propios integrantes del canal, un número significativo de los programas transmitidos por *Telesur* son encargados a productoras independientes en Argentina y Uruguay.

ALGUNAS COMPARACIONES INICIALES

Desde el principio, algunos funcionarios venezolanos han tratado de comparar a *Telesur* con *Al-Jazeera*, el canal de noticias qatarí (Hernández Navarro, 2004). Haciendo este símil, la gente involucrada en la creación de la televisora panlatinoamericana ha alegado que el nuevo canal está ahí para proporcionar una visión alternativa a la que ofrecen los canales comerciales tradicionales. Javier Corcuera, miembro del grupo asesor de *Telesur*, ha enfatizado que la red quisiera convertirse en “una versión latinoamericana de *Al-Jazeera*”:

Queremos crear una *Al-Jazeera* latinoamericana, con una agenda de noticias que actualmente no existe en la región y presentar el otro lado de las noticias, uno que aún no se ve. La idea es ofrecer una nueva clase de televisión, con un enfoque plural e independiente que también pueda servir de apoyo a los documentalistas latinoamericanos (EFE, 2005).

A menudo, esta comparación se hace en el contexto del debate de un nuevo orden informativo y comunicacional internacional, ocurrido, principalmente, entre los años 70 y 80, el cual quedó sintetizado en el Informe de la UNESCO ‘Un Solo Mundo, Voces Múltiples’ o Reporte McBride (McBride *et al*, 1996).

De hecho, las autoridades venezolanas han justificado y promovido *Telesur* como una alternativa a las cadenas de noticias, como *CNN* y la *BBC*. De acuerdo con los funcionarios venezolanos, el objetivo de *Telesur* es asociarse con proyectos tales como *Al-Jazeera* y la próxima cadena internacional de noticias francesa (BBC, 2005). Sin embargo, para Antonio Pascual, experto venezolano en medios de comunicación, quien participó en la elaboración del informe McBride, *Telesur* es una buena idea que salió mal:

Telesur es un proyecto importante y hermoso desde el punto de vista conceptual, similar a otras iniciativas por las que uno ha luchado durante décadas. Es un proyecto que obviamente exige pluralismo, tolerancia e independencia del gobierno. Pero su versión actual es una caricatura ideológica, unidimensional y vinculada al gobierno. Tanto su financiamiento como programación son chavistas. Su programación principal hace resonar el estalinismo y la retórica izquierdista, pasados de moda hace medio siglo. Después del retiro de Brasil, el único apoyo es el de Cuba, Argentina y Uruguay; estos dos últimos con poder de veto en los programas (Coronel, 2005).

De hecho, comparar *Al-Jazeera* y *Telesur* está muy lejos de ser una tarea sencilla. Comúnmente, uno de los puntos citados como similar es el del financiamiento inicial y la fundación de ambos canales como alternativas patrocinadas por el Estado. Este paradigma de financiamiento estatal, a menudo inspirado en las televisoras de servicio público europeas, pretende ofrecer una alternativa a las cadenas comerciales como *CNN*. No obstante, esta comparación es problemática ya que, tanto en el mundo árabe como en América Latina, este tipo de medios de comunicación, controlados por el Estado, están históricamente vinculados con la represión y la censura.

3 Las tensiones aumentaron desde el momento en que el presidente Hugo Chávez hizo una serie de reconocimientos públicos a los candidatos de la campaña electoral en Perú, lo que fue considerado por el presidente Alejandro Toledo como una intromisión en los asuntos internos lo que trajo, como consecuencia, que ambos países llamaran a consulta a sus respectivos embajadores.

Las realidades históricas en estos casos son aún más complejas que las suposiciones descritas por algunos activistas que apoyan *Telesur*. Mientras que en los países árabes los medios siempre han sido propiedad del Estado, en el sistema de los medios latinoamericanos, éstos se han caracterizado por estar, mayoritariamente, en manos de grupos privados.

El control y la censura en los medios de América Latina se basan, las más de las veces, en acuerdos de autocensura entre estos grupos privados y los gobiernos de turno, una práctica que data desde los años 60. Contrario a lo que comúnmente se dice en foros, como la Sociedad Interamericana de Prensa, la resistencia y el desafío a las dictaduras latinoamericanas, por parte de los propietarios de los medios, no fue la regla, sino la excepción.

En realidad, la comparación entre *Al-Jazeera* y *Telesur* resulta problemática, a pesar de los esfuerzos de algunos funcionarios que enfatizan las similitudes como un ejercicio de autopromoción. Tal como lo señaló el periodista estadounidense Alan Simpson, los modelos noticiosos entre ambas cadenas son completamente diferentes. El modelo adoptado ahora por *Al-Jazeera*, basado en los criterios de la objetividad y el balance informativo, ya fueron superados en Suramérica "hace más de veinte años" (Simpson, 2005). Las televisoras comerciales en Latinoamérica copiaron el modelo y lo aplicaron a sus propias estructuras noticiosas. Sin embargo, esta clase de modelo de noticias no es el que teóricamente persigue *Telesur*.

En términos de financiamiento y propiedad, la comparación parece mucho más pertinente, pero aún resulta difícil. *Al-Jazeera* y *Telesur* iniciaron sus operaciones utilizando enormes subvenciones gubernamentales en países sumamente dependientes de los ingresos de sus exportaciones petroleras. *Al-Jazeera* recibió una subvención inicial del Emir de Qatar, el Jeque Hamad bin Khalifa Al-Thani, otorgándole publicidad en el año 2001, con la finalidad de hacer autosuficiente al canal. Desde entonces, ha operado como una cadena comercial de noticias las 24 horas, los 7 días de la semana (El-Nawawy e Iskandar, 2002), aunque todavía sin obtener ganancias.

Telesur también recibió subvención del gobierno pero, desde entonces, ha operado como una estación de servicio público. Al contrario de *Al-Jazeera*, *Telesur* aún no tiene ningún patrocinante privado de importancia y la mayoría de sus ingresos provienen de las dependencias gubernamentales

venezolanas. Sin embargo, esto cumple con las expectativas iniciales de que *Telesur* no se convirtiera en una operación estrictamente comercial. Por tanto, las presiones para que *Telesur* sea económicamente viable están muy lejos de su contraparte árabe.

Por otra parte, es importante mencionar que los montos de las subvenciones son notablemente distintos. Mientras que el gobierno de Qatar dio 150 millones de dólares para el inicio de las operaciones de *Al-Jazeera*, *Telesur* obtuvo menos de un 10% de ese monto para comenzar a transmitir. Es más, luego de que la estación árabe no lograra el objetivo de su autofinanciamiento, en el año 2001, el Emir de Qatar acordó proporcionar un subsidio anual de 30 millones de dólares adicionales. Hasta el momento, en Venezuela no se han hecho disposiciones oficiales en el presupuesto del gobierno para 2007.

Al contrario de *Al-Jazeera*, *Telesur* no es sólo un canal de noticias. Su programación incluye otros temas, como política, historia, asuntos comunitarios y entrevistas. Sólo entre 20 y 30 % de los espacios pueden considerarse como informativos. Ambas televisoras transmiten principalmente por cable, satélite o internet.

Además, las audiencias difieren en número y clase. Según Moraima Martínez, de *AGB Panamericana*, empresa líder en servicios de medición de *rating* en el país, en Venezuela la audiencia total de *Telesur* está limitada por el hecho de que menos del 8% de la población tiene acceso a los servicios de televisión por cable⁴. En ambos casos, tanto el de los servicios de satélite como el de televisión por cable, las audiencias están muy fragmentadas y, de acuerdo con la mayoría de las mediciones de audiencia, la televisión abierta aún controla la mayoría del público.

Otro indicio del tipo de reto que enfrenta *Telesur*, en términos de audiencias, tiene que ver con el hecho de que el principal canal de televisión gubernamental, *VTV*, que transmite en señal abierta y ha operado desde los años 60, tiene en el país una participación menor al 6% de la audiencia, según datos de la mayoría de las encuestas.

Informes similares de medición de audiencias correspondientes a Argentina, Uruguay y Bolivia, y que han sido realizados por el Instituto Brasileiro de Opinión Pública y Estadística (IBOPE) y sus filiales, sugieren que el índice de audiencia de

4 En entrevista del 27 de agosto de 2006, Martínez señaló que su compañía recién había comenzado a incluir en sus encuestas el satélite y que aún siguen mucho más concentrados en la capital y otras ciudades importantes.

Telesur en esos países no es mucho mejor. En otras palabras, mientras *Al-Jazeera* tiene un estimado de 50 millones de telespectadores, contando que mantiene transmisiones en árabe e inglés, *Telesur* alcanza, en el mejor de los casos, menos de medio millón de personas en toda América Latina⁵.

Se podría argumentar que esta es una comparación muy injusta, ya que ambos canales surgieron en contextos muy diferentes. Sin embargo, existen elementos que permiten, al menos, proyectar teóricamente circunstancias similares para ambos canales. Por ejemplo, la experiencia de *Al-Jazeera* nos permite inferir que algunos acontecimientos, como la invasión estadounidense a Afganistán (2001) e Irak (2003), pueden cambiar los patrones de opinión y redireccionar audiencias hacia determinados patrones de consumo mediático.

De la misma forma como la Guerra del Golfo de 1991 hizo posible la consolidación de *CNN* como cadena global, es posible hipotetizar que eventos similares podrían catapultar el tamaño de las audiencias de *Telesur*. El papel que *Venezolana de Televisión (VTV)* jugó durante el intento de golpe de Estado de 2002, al mostrar después de un cierre de varias horas el regreso del presidente Chávez al poder, evidencia que, a menudo, ciertos acontecimientos pueden determinar el impacto de los canales a largo plazo, galvanizando con ello las audiencias nuevas y las existentes.

Durante ese tipo de eventos, las cadenas de noticias y sitios web pueden convertirse en referentes geopolíticos cruciales en la lucha por el poder en los espacios de los medios. *Telesur* pudiera ciertamente enfrentar una situación similar ante posibles crisis políticas en Venezuela, Cuba o Bolivia en un futuro cercano.

INTEGRACIÓN Y PARADIGMA DE ANÁLISIS

Telesur, ciertamente, no es la primera iniciativa alternativa geopolítica a los paradigmas noticiosos predominantes en Venezuela. Ya Carlos Andrés Pérez, durante su segundo mandato (1989–1993), había iniciado una estrategia similar basada en la internacionalización de la agencia estatal de noticias *Venpres*. Ésta consistía en organizar salas de redacción y corresponsales alrededor del mundo. Muchas de las personas involucradas en ese proyecto ahora son parte de la iniciativa de *Telesur*. Este es el caso de Aram Aharonian, el director del canal.

Para entonces, Aharonian señalaba que la internacionalización de *Venpres*, en ese momento, tenía como objetivo darle a Venezuela la posibilidad de proyectarse geopolíticamente en el escenario mundial y ejercer diplomacia pública (Lugo, 1998: 61). El proyecto contemplaba la asociación de todas las agencias de noticias gubernamentales de la región a fin de crear una red alternativa de informaciones, desde México hasta Argentina. La idea tuvo corta vida y no sobrevivió la destitución de Carlos Andrés Pérez en 1993, después de la cual se suspendió todo financiamiento al proyecto y los corresponsales regresaron al país.

Hoy en día, la iniciativa geopolítica no sólo incluye la creación de *Telesur*, sino que también contempla el rediseño de la agencia estatal de noticias venezolana *Venpres*, la cual cambió de nombre por *Agencia Bolivariana de Noticias (ABN)*, para adecuarse al proyecto integracionista expresado por iniciativas de mercado común como el ALBA (Bolivia–Cuba–Venezuela)⁶.

La idea de utilizar *Telesur* para fomentar la integración política y económica se basa más en la suposición de que hay –o puede haber– una esfera pública común, en la región, que puede ser mejorada por los medios de comunicación electrónicos. Esto explica el porqué la idea de *Al-Jazeera*, como un referente pan-árabe, es tan atractiva para los organizadores de su contraparte latinoamericana. De acuerdo con esta lógica, *Telesur* hará posible extender la esfera pública a todos los rincones de América Latina y articular un espacio político común.

Sin embargo, esta idea es tan manejable y justificable como en Europa o en el Medio Oriente. La esfera pública común transcontinental o trans-regional no es más que una aspiración romántica. No obstante, ha sido un anhelo constante en el discurso político latinoamericano, revitalizado como proyecto de desarrollo desde la redemocratización de la región (Avritzer y Costa, 2004: 704).

Este ideal ha sido impulsado por la noción de que las identidades, en esta parte del mundo, se construyeron de formas parecidas. Esta concepción ya ha sido profundizada por algunos autores, quienes no sólo han señalado las profundas diferencias entre los Estados–Nación emergentes en América Latina (López–Alves, 2003), sino también la falta de similitudes en la creación de sus identidades nacionales (Anderson, 1991).

5 En febrero de 1994, *AGB Nielsen Media Research* (AGB Venezuela), utilizando peplemeter, hace la primera entrega de datos en Caracas. Como resultado de una exitosa expansión, el panel llega a 810 hogares en 9 de las principales áreas urbanas del país. Desde el 1° de abril de 2003, debido a las condiciones económicas negativas, el panel fue redimensionado a 590 hogares, aproximadamente, en las 4 ciudades principales: Caracas, Barquisimeto, Maracaibo y Valencia.

6 Entrevista con Antonio Aguillón de *ABN*, en febrero de 2004.

A pesar de esto, la idea de una esfera pública como un espacio común entre los latinoamericanos mantiene vigencia en la literatura académica y en el discurso político (Avritzer, 2002; Dagnino, 2002).

Más recientemente, la noción de una esfera pública común, articulada a través de los medios radioeléctricos y digitales, ha cobrado particular fuerza, especialmente entre académicos y especialistas, quienes la vinculan con la generación de capital social. Para estos autores, los intercambios políticos y sociales pueden hacerse más amplios y sostenibles, gracias a la expansión en el uso y consumo de los nuevos medios digitales (McNair, 2006).

Además, consideran que la irrupción de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) en la vida diaria, especialmente los medios electrónicos, es una propuesta de desarrollo, tanto en términos económicos como institucionales, ya que son usadas tanto por la izquierda, cuando las justifica como un mecanismo para articular la resistencia, como por la derecha, en su búsqueda por generar capital social. Esto es particularmente relevante en el caso de América Latina, donde el ideal de la sociedad de la información está conectado con generalizaciones tales como la noción de sociedad civil (Trejo Delarbre, 1994).

Aquéllos que abrazan esta idea ven a los medios de comunicación electrónicos como un elemento de transformación que puede permitir la formación de espacios políticos comunes y contribuir con la democratización, desarrollo y convergencia institucional ('integración' en el caso de América Latina). Para aquellos que defienden esta posición, la introducción de medios electrónicos está ayudando a reorganizar el paisaje político en algunas regiones del mundo. Estos autores sugieren que han contribuido a democratizar y modernizar el Medio Oriente (Lynch, 2005) y América Latina (McNair, 2006).

Estos académicos ven analogías entre América Latina y el mundo árabe. A menudo, *Al-Jazeera* es representado como un canal satelital panárabe que, legítimamente, presenta "la visión, opiniones y creencias árabes" (El-Nawawy e Iskandar, 2002: 44) y que, de algún modo, integra al mundo árabe. Aquellos que definen de qué se trata *Telesur* también presuponen la existencia de una esfera común en la región, o al menos la posibilidad de crearla a través de las telecomunicaciones. Ellos hacen referencia a lo que se ha llamado "identidades híbridas" (García-Canclini, 1990), aunque desde una perspectiva prehispánica.

Es un paradigma atractivo para los nuevos líderes políticos de izquierda en la región, quienes por mucho tiempo han incorporado el discurso integracionista a sus propias narrativas. La integración regional ha sido por mucho tiempo el elemento más resonante del discurso político latinoamericano. Tanto la izquierda como la derecha han apelado a este ideal, el cual es asociado con frecuencia a las utopías prehispánicas y a las tradiciones culturales (Hopenhayn, 2002).

Podemos decir también que las tradiciones postcoloniales y de descolonización, que a menudo toman la forma de teoría de dependencia en los discursos políticos de América Latina, han tenido mucha influencia en la conceptualización de este paradigma.

De la misma manera en que la *B'athifacion* de la política en el mundo árabe se convirtió en un fenómeno transnacional fundamental en el desarrollo de la narrativa política y en el diseño de políticas públicas (Farah, 1978), las estrategias de desarrollo predominantes en las políticas públicas latinoamericanas, durante los años 60 y 70, se basaron, igualmente, en las aspiraciones integracionistas. Aunque los ideales del panarabismo y panlatinoamericanismo han sido cuestionados a fondo (Said, 1979; Said, 1997; Martín-Barbero, 2001), éstos han resurgido en ambos discursos políticos, gracias a la elección de líderes de izquierda, en Latinoamérica, y la intensificación de conflictos, en el Medio Oriente.

En este contexto, *Al-Jazeera* y *Telesur* han tratado de explotar la idea de panarabismo y panlatinoamericanismo para promocionarse entre sus respectivas audiencias. En cada caso, sus eslogans sugieren que se autorreconocen como catalizadores de la configuración de una identidad más amplia, capaz de trascender los Estados creados artificialmente o derivados de los poderes coloniales, diciendo: "Cuando *Al-Jazeera* habla, el mundo escucha" o "*Telesur*, nuestro Norte es el SUR", sugieren que las televisoras le dan voz a sus regiones como una totalidad. De esta forma, ambos medios parecen querer rescatar la noción fracasada de historias colectivas⁷; y, de esta manera, permitir imaginar un colectivo más amplio y alternativo, derivado de la concepción de integración prehispánica.

Si la convergencia del capitalismo y la tecnología impresa creó la posibilidad de una nueva forma de comunidad imaginada (Anderson, 1991: 46), los medios electrónicos permiten recrear alternativas más allá del capitalismo y la convergencia económica. Esta clase de medios son fundamentales para el es-

7 Además, cuando se percibe que la integración como un proyecto político ha sido reprimida por poderosos intereses occidentales. Según lo cual, las aspiraciones de integración de Simón Bolívar y Gamal Abdel Nasser no se materializaron debido a la intervención occidental.

tablecimiento de una noción postcolonial (o prehispanica) de las comunidades regionales, que sean capaces de desafiar la globalización (*americanización*) en sus propios términos. Es decir, una comunidad regional capaz de redefinir lo que es moderno.

No obstante, contrario al Medio Oriente, la izquierda latinoamericana, sin un pasado postcolonial reciente, mira hacia Europa como un referente. Después de todo, la Unión Europea, como historia exitosa de integración económica, militar y de inmigración, después de la Segunda Guerra Mundial, ha servido de inspiración para varias instituciones multilaterales de la región: el Parlamento Andino, el Parlamento Latinoamericano, Mercosur, SELA y el Pacto Andino; todos están inspirados, si es que no han sido moldeados, por las instituciones europeas.

Entonces cabe preguntarse: ¿Por qué no sugerir una comparación más apropiada entre *Telesur* y *EuroNews*, como instituciones de comunicación análogas? Después de todo, ambas tienen el propósito de ofrecer una voz continental. En este sentido, *EuroNews* dedica una cantidad importante de atención a los temas relacionados con la Unión Europea, debido a su origen y naturaleza paneuropea.

De forma similar a *Telesur*, en América Latina, el canal europeo utiliza contenidos de los principales canales de servicio público en la región y fue, originalmente, propiedad de Estados miembros de la Unión Europea. Efectivamente, *EuroNews* fue creada en Lyon, en 1992, como una televisora de la Unión Europea por iniciativa de un grupo de 11 televisoras públicas europeas que incluyó a *CYBC* (Chipre), *ERT* (Grecia), *ERTV* (Egipto), *France Télévisions* (Francia: los canales *France 2*, *France 3* y *France 5*), *RAI* (Italia), *RTBF* (Bélgica), *RTP* (Portugal), *RTVE* (España), *TMC* (Mónaco) y *YLE* (Finlandia). Los contenidos los suministran los socios y la red de noticias británica *ITN*, que es propiedad de *ITV*, la principal cadena privada en el Reino Unido. Aunque la *BBC*, que es la televisora europea de servicio público más importante de la región no es socia de este proyecto, el resto de los integrantes son cadenas de televisión de carácter público⁸.

EuroNews fue, originalmente, un canal de televisión de noticias paneuropeo, con el propósito de llegar a la mayoría de los países de la Unión Europea. Fue seleccionado por la misma UE entre siete candidatos para producir y transmitir programas de noticias sobre la UE en varios idiomas simultáneamente, y se le dio la misión de convertirse en un canal de televisión de servicio público europeo.

Al igual que *Al-Jazeera* y *Telesur*, *EuroNews* comenzó con una subvención gubernamental y recibe actualmente 5 millones de euros por año en apoyo a sus operaciones. *EuroNews* ha reservado el 10% o más de su producción a programas de información, discusión y debates acerca de los asuntos de la Unión Europea. Esto enfatiza el carácter integracionista del canal, a pesar de que, actualmente, está en manos del gobierno francés y de que en lugares, como Gran Bretaña, sólo puede ser visto a través de operadores de satélite comercial o de televisión por cable.

Sin embargo, existen diferencias importantes entre *Telesur* y su par europea, que no se limitan al hecho de que uno de los canales se dedica exclusivamente a las noticias y el otro no, o por la naturaleza de sus audiencias, sino, fundamentalmente, por la habilidad para atraer recursos de las tradicionales televisoras de servicio público existentes.

La creación de un canal de televisión de servicio público panlatinoamericano es problemática, dada la ausencia de un sistema de televisoras públicas individuales en cada uno de los países involucrados. Contrario a lo que sucede en Europa, la construcción de los espacios mediáticos existentes en América Latina no son el resultado de luchas por la participación y el debate, sino que fueron concebidos, desde el principio, como un conjunto de espacios comerciales a ser explotados por el sector privado.

La mayoría de los medios latinoamericanos surgieron y se consolidaron como empresas privadas que no respondían a los ciudadanos sino que, en su lugar, apoyaban a las élites existentes, incluidos los regímenes militares. De ahí la dificultad de crear un canal regional de servicio público cuando no existen antecedentes exitosos, experiencias sostenibles y propuestas viables, a escala nacional, para proporcionar una visión de calidad e independencia.

Otro aspecto importante a considerar en este análisis es que, al contrario de la Unión Europea, la mayoría de los experimentos panlatinoamericanos, tales como los mercados comunes y las instituciones políticas, han tenido un éxito muy limitado. Mercosur (Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay) y la Comunidad Andina de Naciones (Colombia, Ecuador, Perú y Venezuela) son bloques comerciales que aún están en etapa de desarrollo y que no han contemplado la libre circulación de la población a través de las fronteras.

⁸ Durante el período de los Conservadores (1979–1997), el enfoque británico hacia los proyectos paneuropeos significó que los consorcios y compañías privadas y no el Estado participarían en esta clase de proyectos, como en el caso de Eurostar, Concorde y Airbus.

A pesar de la gran cantidad de acuerdos, organismos como el Parlamento Andino o el G3 (el acuerdo de libre comercio entre Colombia, México y Venezuela) raras veces se pronuncian acerca de temas culturales o contemplan marcos políticos más allá de un gesto simbólico. En otras palabras, las aspiraciones integracionistas de *Telesur* están reñidas con la realidad, caracterizada por la falta de integración en la región, tanto del espacio geográfico como de los ciudadanos. Del mismo modo, no puede obviarse, cuando se le compara con experiencias europeas, que el contexto latinoamericano sigue atravesado por la pobreza y las desigualdades económicas y ello incide, sin duda, en la recepción mediática.

DESAFÍOS Y FUTURO

De hecho, no todos los grupos y países han tenido necesariamente el mismo grado de compromiso o interés en el proyecto integracionista. Incluso, no es posible hablar de un único plan de cohesión en América Latina, sino de distintas ideas que coexisten y que tienen aspiraciones paralelas. La mayoría de estas han sido dirigidas por élites políticas y económicas que contemplan intereses opuestos y colindantes.

En consecuencia, la creación de un espacio común en los medios para fortalecer los proyectos integracionistas no puede ser vista sólo como una aspiración, sino que también necesita ser evaluada y discutida como un proyecto que está intrínsecamente vinculado con las hegemonías regionales, algunas de las cuales perciben las otras iniciativas como posibles amenazas a las economías, identidades y culturas locales y nacionales.

No es casualidad que *Telesur* sea percibida de maneras diferentes en la región, incluso entre los socios. Por ejemplo, en lugares tales como Colombia, muchas élites piensan que el canal podría convertirse en otro instrumento ideológico de la confrontación Venezuela/Cuba contra los Estados Unidos.

En otros lugares, como Brasil, algunas élites políticas, de izquierda y de derecha, lo perciben como una posible amenaza a su propia hegemonía y liderazgo regional (hecho manifiesto en la nacionalización de la industria del gas en Bolivia, lo cual afectó los intereses brasileros). Incluso Cuba, el aliado político más cercano del presidente Hugo Chávez, sólo permite una transmisión de dos horas de una versión previamente censurada de lo que *Telesur* transmite el día anterior al resto del mundo (Cino, 2005).

En otro nivel, *Telesur* también es muy problemático en términos de la naturaleza de sus audiencias potenciales, puesto que, tal como explicamos anteriormente, las nociones de una esfera pública y de multiculturalismo en la región requieren una discusión adicional. El proceso de urbanización y privatización, tanto de los espacios públicos como mediáticos, crea desafíos complejos para cualquier proyecto que pretenda amalgamar una constelación de intereses e identidades que, en muchos casos, presentan antagonismos importantes e inevitables.

Igualmente desafiante será el grado de independencia que se pueda alcanzar ante la intervención gubernamental. Ya el Consejo Asesor ha recomendado que el canal debiera ser organizado como un consorcio independiente de los funcionarios gubernamentales o de canales controlados por el Estado (Villaruel, 2005: 2; Dávila, 2005). Sin embargo, la independencia de la agenda de noticias de *Telesur* representa un dilema problemático en más de un sentido, debido a que el proyecto tiene el propósito de alejarse del modelo tradicional anglosajón, el cual tiene en su núcleo la noción de imparcialidad asociada frecuentemente con el valor de objetividad (McNair, 1995). Estos valores están supuestamente garantizados por los elementos comerciales del modelo, que enfatizan la propiedad privada de los medios como mecanismo de contrapeso a la intervención gubernamental. En otras palabras, al contemplar los mismos valores de independencia y objetividad que *Al-Jazeera*, *Telesur* está estableciendo un estándar que contradice su propósito de ser un paradigma alternativo al sistema de medios anglosajones.

La idea de convertirse en un canal público regional también representa un reto, porque América Latina no puede ser reconstruida simplemente como una región única, con valores culturales compartidos. La complejidad y diversidad de las hegemonías políticas y culturales de la región y sus realidades proporcionan desafíos inevitables para el multiculturalismo y mestizaje cultural que *Telesur* parece querer encarnar. Para resolver estos dilemas, *Telesur*, probablemente, tendrá que apelar a la polarización de las relaciones con Norteamérica. Ésa es otra historia. Una que será determinada por el grado de confrontación con los Estados Unidos, que ya se ha manifestado en las acciones contra *Telesur* (incluida el tratar de interferir la señal de la estación) y que, probablemente, no tendría el apoyo de todos los socios. También será una historia determinada por los acontecimientos imprevistos que podrían ocurrir en el futuro cercano, situaciones en las que las rebeliones, golpes de Estado y elecciones jugarán un papel crucial.



Referencias bibliográficas

- (S/A) (2005). "Contra el 'latifundio mediático'". *Tal Cual*, Mayo 24, 2.
- (S/A) (2005). "CVP y Minci se bajaron de la mula con TVSur". *Últimas noticias*, 23 de abril, 18.
- (S/A) (2005). "Izarra anunció creación de gabinete comunicacional". *Diario 2001*, 15 de abril, 15.
- (S/A) (2005). "'Latin CNN' broadcasts first news". *BBC World Service*. 1 de noviembre.
- (S/A) (2005). "Nombran nueva presidenta de VTV". *Diario de Caracas*, 10 de enero, 5.
- (S/A) (2005). "Telesur combatirá la agresión mediática". *País*. 27 de marzo, 10.
- (S/A) (2006). "Bolivia se suma a TeleSUR". *MINCI*, Boletín de Prensa.
- Agencia AP. (2005). "Nueva televisora pretende ser alternativa latina a la cadena CNN". *Notitarde*, 27 de marzo, 15.
- Anderson, B. (1991). *Imagined communities: reflections on the origin and spread of nationalism*. London: Verso.
- Avritzer, L. (2002). *Democracy and Public Space in Latin America*. Princeton: Princeton University Press.
- Avritzer, L. y Costa, S. (2004). "Teoría Crítica, Democracia e esfera Pública: Concepções Usis na América Latina". *Revista de Ciências Sociais*. 47 (4): 703–728.
- Bartley, K. y O'Briain D. (2003) *La Revolución no será televisada*. Documental. 74 min.
- Cino, L. (2005). "Las desventuras de Telesur". *Cubanet*, septiembre. Consultado e 10 de mayo de 2006. Disponible en: <http://www.cubanet.org/CNews/y05/sep05/26a9.htm>
- Coronel, G. (2005). *A conversation with Antonio Pasquali about Telesur*, 6 de agosto. Disponible en: <http://www.venezuelatoday.net/gustavo-coronel/antonio-pasquali+telesur.html>
- Dagnino, E. (2002). *Sociedad Civil, Esfera Pública y Democratización en América Latina*. Agosto 8. México, D.F.: Fondo de Cultura Económica
- Dávila, L. (2005). "Pare de sufrir, llegó Telesur". *Tal Cual*. 25 de julio.
- EFE (2005). "Consejero dice que Telesur quiere ser Al Yazira latinoamericano". Disponible en: <http://www.efe.es>
- El-Nawawy, M. y Iskandar, A. (2002). *Al-Jazeera. How the Free Arab News network Scooped the World and Changed the Middle East*. Cambridge, MA.: Westview.
- Farah, E. (1978). *Partido Ba'th Árabe y Socialista. El Pensamiento Árabe Revolucionario frente al desafío actual*. Madrid: Fareso.
- Fine, B., Lapavitsas, C. y Pincus, J. (2003). *Development Policy in the Twenty-First Century*. London: Routledge.
- Fox, E. y Waisbord, S. (2002). *Latin Politics, Global Media*. Austin, TX: University of Texas Press.
- García-Canclini, N. (1990). *Culturas Híbridas*. México, D.F.: Grijalbo.
- Hernández, L. (2004). "Latinoamérica: ¿hacia un Al Jazeera hemisférico?". *La Jornada*, 7 de diciembre. Disponible en: <http://www.jornada.unam.mx/2004/12/07/027a2pol.php>
- Hopenhayn, M. (2002). *No Apocalypse, No Integration: Modernism and Postmodernism in Latin America*. Durham, North Carolina: Duke University Press.
- López-Alves, F. (2003). *La Formación del Estado y la democracia en América Latina*. Bogotá: Grupo Editorial Norma.
- Lugo, J. (1998). *Información de Estado*. Maracaibo, Venezuela: Vennet Editores, S.A.
- Lynch, M. (2005). *Voices of the New Arab Public: Iraq, al-Jazeera, and Middle East Politics Today*. New York: Columbia University Press.
- Machill, M., Beiler, M. y Fischer, C. (2006). "Europe-topics in Europe's media – The debate about the European public sphere: A meta-analysis of media content analyses". *European Journal of Communication*, 21 (1): 57–88.
- Martín-Barbero, J. (2001). *Al Sur de la Modernidad: Comunicación, Globalización y Multiculturalidad*. Bogotá Instituto Internacional de Literatura Iberoamericana.
- McBride, S. (1996). *Un Solo Mundo, Voces Múltiples*. México, D.F.: Fondo de Cultura Económica.
- McNair, B. (1995). *An Introduction to Political Communication*. London: Routledge.
- (2006). *Cultural Chaos. Journalism, news and power in a globalised world*. London: Routledge.
- Perozo, M.C. (2005). "Aló, Presidente se transmitirá desde un estudio fijo". *Panorama*, 13 de enero: 1–10.
- Romero, J. y Lugo, J. (2003). "From friends to foes: Venezuela's media goes from consensual space to confrontational actor". *Revista Sincronía*. Universidad de Guadalajara. Primavera.
- Roncagliolo, R. (2003). *Problemas de la integración cultural: América Latina*. Barcelona: Grupo Editorial Norma.
- Said, E.W. (1979). *Orientalism*. London: Vintage.

- (1997). *Covering Islam*. London: Vintage.
- Santos, B. (2005a). "VTV estrena presidenta y alista cambio en programación". *El Universal*, 10 de enero, 2-9.
- (2005b). "Telesur busca la integración". *El Universal*, 13 de enero, 2-9
- (2005c). "Telesur a prueba". *El Universal*, Mayo 25, C-14.
- Simpson, A. (2005). "Telesur - Television of the South". *Intel Briefing*. Disponible en: <http://www.comlinks.com/polintel/pi050602.htm>.
- Trejo, R. (1994). "Videopolítica vs. Mediocracia? Los Medios y la Cultura Democrática". *Revista Mexicana de Sociología*, 56(3).
- Villarroel, D. (2005). "¡Aló Telesur!". *El Mundo*. 25 de julio, 2.
- Weffer, L.. (2005). "Aló, Presidente volverá al aire el próximo domingo". *El Nacional*, 6 de enero, A-3.
- White, P. (1997). *Le Village CNN*. Montreal, Canada: Les Presses de l'Université de Montréal.