



# **Dossier Central**

## Canales informativos estatales: La otra guerra

Michel D. Suárez Sian

### Resumen

Treinta y un años después del surgimiento de CNN, decenas de canales estatales de información continua funcionan con objetivos propagandísticos, ya sean explícitos o implícitos. La controversia afecta, sobre todo, a cadenas como Al Jazeera (Qatar), TeleSUR (Venezuela y otros países latinoamericanos), Press TV (Irán), Russia Today (Rusia) y Al Hurra (Estados Unidos), pero la situación se manifiesta incluso en la Unión Europea.

**Palabras claves:** Canales de información continua; propaganda; medios públicos; televisión

### Abstract

After 30 years of the start of CNN, dozens of government-owned 24-hour news broadcast networks have appear to deliver implicitly or implicitly propaganda. This controversy affects overall networks such as Al Jazeera (Qatar), TeleSUR (Venezuela and other Latin American countries), Press TV (Iran), Russia Today (Russia) and Al Hurra (USA), but the situation is also present among European Union networks.

**Key words:** 24-hour news networks, propaganda, public service broadcasters, television

### Résumé

Plus de trente ans après l'apparition de CNN, plusieurs dizaines de chaînes publiques d'informations ont été créés souvent à des fins de propagande plus ou moins explicite. C'est le cas notamment d'Al Jazeera (Qatar), de TeleSUR (Venezuela autres pays d'Amérique Latine), de Press TV (Iran), de Russia Today (Russie) et de Al Hurra (Etats Unis). Cependant, cet état de fait se présente également en Europe.

**Mots Clé:** Chaînes d'informations. Propagande. Médias publiques. Télévision.

Recibido : 20/11/2011

Aprobado : 19/12/2011

## 1. Televisión y dinero público

Los medios de comunicación, antes y ahora, han sido un manjar apetecible en manos de regímenes autoritarios, e incluso en países democráticos. La cadena CNN surgió el 1 de junio de 1980 con una visión predominantemente empresarial. Su fundador, Ted Turner, buscaba ganar dinero, pero también influir en un entorno marcado por la Guerra Fría. Para ello, arriesgó su patrimonio, reunió a un equipo de trabajo competente, estableció enfoques editoriales, y dejó que la audiencia se ocupara del resto. Al finalizar la confrontación inter-bloques, en torno a los primeros años de los 90, diversos factores políticos, económicos y estratégicos aceleraron la aparición de otros canales noticiosos. Algunos fueron erigidos por entidades gubernamentales, con la justificación de fomentar un "servicio público de información"; pero el control de las políticas editoriales, la manipulación y el derroche, han producido severos cuestionamientos sobre la naturaleza de estos proyectos.

Paul Hodgson, profesional de la BBC y autor del primer esbozo sobre los servicios internacionales de la cadena británica, fue "pionero en la creencia de que es imposible ser una gran potencia si no se dispone de un medio de comunicación de alcance universal" (González Martín, 1995). Este un buen punto de partida para analizar la tendencia, porque los sistemas públicos de televisión gozan de amplios márgenes en muchos países.

Las fórmulas utilizadas para su financiamiento son heterogéneas: desde los presupuestos asignados por el Estado, los cánones, la publicidad o la combinación de cualquiera de las vías enunciadas anteriormente. Por lo general, el dinero de los contribuyentes tiene un peso fundamental en el funcionamiento de las emisoras públicas, lo que en teoría las obliga a representar la mayor cantidad de intereses posibles. Muy pocas veces esto coincide con la realidad, sobre todo en sociedades democráticas débiles, e incluso en países europeos como Italia y España. Como señala el profesor e investigador español Carles Marín Lladó, un canal público generalista debe considerar unos "informativos plurales y equilibrados", en el que todos los colectivos se sientan representados<sup>1</sup>.

La financiación pública es parte de la ecología nacional del Reino Unido, argumenta Rob Kirk, gerente de desarrollo editorial de la cadena privada británica Sky News: "No hay nada de malo per se, a menos que el canal

financiado públicamente signifique una ventaja desleal que distorsione el mercado. Es cuestión de que haya una regulación más fuerte"<sup>2</sup>. Tampoco está en desacuerdo Aiman Zoubir, corresponsal de Al Jazeera (en árabe) en España<sup>3</sup>, que sugiere que el problema radica en "la forma en que se financia, y en cómo se establece la relación entre el gobierno y el medio". Añade que el modelo de Al Jazeera es el "deseable", no así el de otras cadenas árabes financiadas por gobiernos. "Si se elige esa fórmula (financiación pública), hay que saber marcar las distancias", apunta.

Vicente Vallés, subdirector del Canal 24 Horas de TVE<sup>4</sup>, considera que la expansión las cadenas internacionales creadas por gobiernos es un fenómeno que se ha "multiplicado" en los últimos años, convirtiéndose en una "herramienta de política exterior" de los países: "No me parece mal que se utilice, en un mundo en el que hay muchos medios de comunicación y la gente tiene libertad de elegir lo que quiere ver. Si tienes 50 ó 60 canales, al final eliges lo que te parece". Christopher Crommet, exvicepresidente senior de CNN y exdirector general de CNN en Español<sup>5</sup>, no está en contra de la televisión informativa subvencionada y considera que ser parte de una empresa estadounidense con fines de lucro cuenta con fortalezas y debilidades: "Tenemos que ser muy cuidadosos en el manejo del presupuesto, ganar dinero para poder seguir reinvertiendo. El buen periodismo se traduce en un buen negocio (...) Trabajar con fondos del gobierno cuenta con la ventaja de que no tienes la 'presión' de las ganancias, pero hay otro tipo de presión".

El director de noticias y deportes de la cadena sueca SVT24, Olov Carlsson<sup>6</sup>, cree, sin embargo, que, como principio, los gobiernos y los políticos no deberían participar en la gestión de canales de noticias: "Nosotros debemos supervisar a los políticos, en vez de a la inversa. Nuestra tarea es revelar lo mal hecho. Como editores, esa es nuestra contribución a la democracia". Pedro González Martín, fundador de Euronews<sup>7</sup>, coincide en que los gobiernos que erigen cadenas informativas, de algún modo, "condicionan" la labor de los profesionales, aunque no ha sido así en el caso de la experiencia pan europea:

Euronews surgió de los políticos, pero se dejó libertad y se buscó una instrumentación profesional. Pero, cuando un gobierno, del tipo que sea, se inmiscuye en los medios de información, estos terminan no siendo libres y los espectadores detectan la propaganda. Una cosa es vencer y otra convencer (...) Las tentaciones existen. La Carta Editorial de Euronews, que costó mucho hacerla aceptar por todo el mundo, es una garantía clara de que la manipulación de los gobiernos ni sucede ni va a suceder.

Una experiencia como Euronews no se reproduce fácilmente, más allá de la situación democrática de cada país. Los patrocinadores de ciertas cadenas estatales finalmente terminan imponiendo sus intereses, en dirección contraria a las necesidades de la ciudadanía. Incluso emplean el eufemismo "visión diferente de la información" para encubrir prácticas de manipulación, parcialidad, propaganda o desinformación. Japón, por ejemplo, puso en marcha un canal internacional 24 horas con el objetivo de convertirse "en una referencia en Asia" y "tener más relevancia mundial"<sup>8</sup>, según Hatsuhsa Takashima, presidente del Japan International Broadcast (JIB) y dueño del 40% de NHK World. En opinión de Takashima, "los intelectuales y líderes de opinión japoneses no son lo suficientemente conocidos en el mundo, y por lo tanto Japón parece tener menos influencia mundial". NHK World no es un caso grave, pero ofrece pistas interesantes sobre dicho fenómeno.

## **2. España: derroche y nacionalismo**

Las cadenas públicas españolas dedicadas a la información surgieron a partir de 1997, con la puesta en marcha de Canal 24 Horas, de Televisión Española. Esto coincidió con el primer ejercicio de gobierno del Partido Popular (PP), liderado por el conservador José María Aznar, que mantuvo el mismo concepto de "televisión de partido" desarrollado por su antecesor en el cargo, el socialista Felipe González. De aquí que la independencia y credibilidad de los servicios informativos de TVE se vieran afectadas por varios escándalos.

Al Canal 24 Horas de TVE, se sumaron dos nuevas opciones todo-noticias auspiciadas por corporaciones públicas: 3/24 (Televisión de Catalunya), el 11 de septiembre de 2003, y Canal Nou24 (Radio Televisión Valenciana), el 30 de marzo de 2009. Las características cuasi-federales de las regiones españolas, cuyos idiomas, culturas y rasgos identitarios son notorios, han influido en la diversificación de las propuestas mediáticas que atienden tales realidades. El lado polémico está vinculado con la idea de que la multiplicación ocasiona "gastos superfluos" a las administraciones locales, que deberían ser racionalizados en medio de la grave crisis económica que vive el país ibérico. La cara negativa, y quizás la más criticada, es que sirven de espada y escudo en guerras identitarias alejadas de la realidad social, y en la manipulación política de los gobiernos de turno.

El "factor autonómico o regional", al decir de Marín Lladó<sup>9</sup>, supone unas fronteras geopolíticas marcadas por una identidad que va más allá de lo estrictamente geográfico y que se conforma a partir del hecho cultural y también lingüístico:

El catalán, el gallego y el euskera son elementos muy importantes para la cohesión social y cultural de esas regiones o autonomías, puesto que esas lenguas propias marcan un hecho diferenciador, pero también enriquecedor (...), de un pueblo muy numeroso que no quiere perder sus raíces, sus tradiciones y, por supuesto, su forma de ver y entender su memoria histórica y su propia existencia. Por todo ello, es fácilmente entendible que Cataluña y Valencia dispongan de sendos canales de información continuada: 3/24 y Canal Nou24, respectivamente, en sus lenguas vernáculas.

Fombona (1996) estima por su parte que las televisiones autonómicas en España emanan de decisiones políticas, porque fueron erigidas por los parlamentos regionales. Tienen una "rentabilidad de carácter social" y "facilitan el encuentro entre los hombres, vertebran una sociedad invertebrada y aportan referencias cercanas". Según este autor, las televisiones autonómicas serían las encargadas de contrarrestar la homogenización de otros modelos, con lo que se preservaría el ecosistema de la comunicación.

Además de servir a sus respectivas comunidades, estos canales emiten por cable y satélite para otros países, con el objetivo de satisfacer las necesidades informativas de sus emigrantes y promover la identidad y cultura locales. En este sentido, Amezaga (2004) afirma que la televisión por satélite facilita la existencia de "otros" espacios comunicativos y lingüísticos al interior del territorio nacional, "espacios que durante décadas han sido laminados por la uniformidad cultural del estado nación".

La otra cara de la politización (o ideologización) de las ofertas no depende estrictamente de factores geopolíticos, sino de intereses económicos o de líneas de pensamiento fuertemente enraizadas en las empresas editoras. Esta situación afecta a las corporaciones privadas, convirtiendo las pantallas en una reproducción mimética de las bancadas parlamentarias, aunque por separado, sin interacción. Es decir, más cerca de simular la reunión interna de un partido político que la discusión de un pleno legislativo.

### **3. Y llegó TeleSUR**

Argentina, Bolivia, Cuba, Ecuador, Nicaragua, Uruguay y Venezuela componen el accionariado de la cadena latinoamericana TeleSUR. Bolivia es una de las naciones más pobres del mundo. En el Índice de Desarrollo Humano de Naciones Unidas, aparece en el puesto 108 (IDH, 2011). El 60% de su población vive por debajo del nivel de pobreza (ONU-Bolivia, 2010).

Ecuador, por su parte, ocupa el puesto 83 del Índice de Desarrollo Humano y sus niveles de pobreza emulan con los de Bolivia. Nicaragua, todavía peor, figura en el 129 (IDH, 2011). Los tres países retrocedieron con respecto al año anterior. Cuba está en el lugar 51, pese a las dudas que suscitan los datos que proporciona el Gobierno de La Habana. Una cifra reveladora es que el salario medio de los cubanos es de unos 17 dólares al mes<sup>10</sup>.

Pero, ¿por qué siete gobiernos gastan dinero en proyectos faraónicos (incluyendo a las televisiones estatales puestas en marcha en sus respectivos países, o el fortalecimiento y expansión de las que ya existían), si las necesidades básicas de los ciudadanos están lejos de ser cubiertas?

Según el sociólogo Decio Machado (2006), el proyecto de TeleSUR es la "negación total a la publicidad consumista". Algunos sectores de extrema izquierda defienden la eliminación de la publicidad comercial en los medios, apoyados en la teoría de que ésta forma parte del sistema nervioso central del capitalismo, el cual, argumentan, debe desaparecer.

Mientras la televisión comercial apunta a la creación de consumidores para los productos que quiere imponer o al adoctrinamiento ideológico bajo la premisa del libre mercado, los proyectos audiovisuales alternativos, entre ellos TeleSUR, apuntan a la creación de ciudadanía. Se pretende que al ciudadano le llegue una información objetiva con distintos puntos de vista de un mismo tema, para que sea él mismo el que tenga la oportunidad de crearse su propia opinión (Machado, 2006:22).

La cruzada contra la publicidad comercial, sin embargo, no pretende amainar el huracán de mensajes, sino sustituir la promoción de productos y marcas comerciales por sucedáneos de corte político e ideológico, generalmente excluyentes. Es decir, expulsar la publicidad comercial para coronar la propaganda política. Este fue el modus operandi de la televisión estatal de Cuba, cuando el Che Guevara ordenó eliminar la publicidad comercial a principios de los años 60 del siglo XX. Los anuncios de Coca-Cola, Colgate, Barcardí y Palmolive abandonaron las pantallas para dar paso a la propaganda política: mensajes militaristas, de odio y muerte, de cuestionamiento del pensamiento diferente, de reforzamiento de la intransigencia y la intolerancia, y de culto a la personalidad del líder máximo.

En este sentido, TeleSUR no sólo no ha eliminado la publicidad comercial, sino que la ha mezclado con intereses políticos vinculados a los gobiernos patrocinadores. Esto ha generado un producto altamente tóxico, que contiene lo peor de la publicidad y de la propaganda. Por ejemplo, los spots

promocionales de la compañía Petróleos de Venezuela (PDVSA), con cuyos beneficios se financian los proyectos continentales de Hugo Chávez.

Uno de los spots políticos de TeleSUR dice<sup>11</sup>:

Los resultados obtenidos durante el año 2008 ratifican la solidez y el crecimiento de Petróleos de Venezuela, soporte fundamental en la construcción del socialismo y que le permite ubicarse entre las cuatro compañías petroleras más grandes del planeta (...), lo cual evidencia el éxito de la política de plena soberanía petrolera del gobierno bolivariano... ¡La clase obrera, comprometida con la construcción del socialismo!

Según su expresidente, Andrés Izarra, ministro del gobierno de Chávez, TeleSUR es un "servicio público" que ha "decidido cortar por lo sano y no financiar el canal con fondos de la publicidad" (Amoroso, 2010). En cuanto a sus objetivos políticos, TeleSUR no se diferencia mucho de otras cadenas auspiciadas por entes estatales, pero el resultado no es comparable a los proyectos sometidos al escrutinio público (como Euronews o la BBC). La precariedad democrática de las naciones que lo promueven se aprecia en su manera de entender el periodismo.

"Ni yo ni mis colegas (...) vinimos para hacer propaganda barata o un pasquín oficialista", afirmó el colombiano Jorge Enrique Botero a la Agencia Periodística del Mercosur antes del lanzamiento de TeleSUR. Sin embargo, reconoció: "Es legítimo que quien puso el dinero para crear el canal aspire a tener en él alguna incidencia" (Pignotti, 2005). Pero, ¿quién paga el canal? ¿Los jefes de gobierno o los contribuyentes con sus impuestos?

TeleSUR entró en escena el 24 de julio de 2005, fecha del aniversario del natalicio de Simón Bolívar. Su capital inicial fue de sólo 2,5 millones de dólares<sup>12</sup>, lo que a la larga se apreciaría en la realización. Al igual que la norteamericana Fox News, la cadena multiestatal afirma que su información es "contextualizada y balanceada". Su política editorial busca "contribuir con el proceso de integración de los pueblos latinoamericanos", para "formar ciudadanos críticos, informados y participativos dentro de la sociedad"<sup>13</sup>.

TeleSUR cuenta con corresponsalías permanentes en Bogotá, Brasilia, Buenos Aires, Caracas, México DF, La Habana, La Paz, Lima, Managua, Quito y Washington, entre otras. Además, dispone de una red de colaboradores en Asunción, Cali, Ciudad de Guatemala, Londres, Madrid, Montevideo, Nueva York, Santiago de Chile, San José de Costa Rica, San Salvador, Puerto Príncipe y Tegucigalpa, según informes corporativos de la compañía. El canal cuenta con cuatro estudios en un edificio de Caracas, donde se genera el 70% de la programación. El porcentaje restante proviene de adquisiciones o coproducciones. Su modelo de distribución recurre a satélites, cableoperadores, internet y cadenas en abierto de América del Sur, Centroamérica, el Caribe, Estados Unidos, Europa Occidental, el Norte de África y parte de Medio Oriente.

Desde antes de salir al aire, organizadores y simpatizantes han intentado extender la idea de una "Al Jazeera latinoamericana", debido al éxito de su par qatarí. Como indican Cañizares y Lugo (2007), dicha comparación se hace al compás del debate del "nuevo orden informativo internacional", ocurrido entre los años 70 y 80 del siglo XX y sintetizado en el Informe McBride (UNESCO). Sin embargo, uno de los participantes en la elaboración de dicho Informe, Antonio Pascuali, considera que TeleSUR es una buena idea que salió mal:

Evidentemente, es un proyecto que exige pluralismo, tolerancia e independencia del gobierno. En su versión actual es una caricatura ideológica, unidimensional y vinculada al gobierno. Su financiación y su programación son chavistas. Su programación resuena al estalinismo y a la retórica de izquierda que pasó de moda hace medio siglo (...) Los objetivos de Chávez son los siguientes: a) ejercer el máximo control ideológico sobre los contenidos de TeleSUR y b) proporcionar a [Fidel] Castro algo que nunca ha disfrutado, una señal de satélite... (Coronel, 2005).

Cañizares y Lugo (2007) consideran que comparar TeleSUR y Al Jazeera "está lejos de ser una tarea sencilla", por la naturaleza de su financiación (incluido el monto del presupuesto), las presiones para que la cadena árabe sea capaz de autofinanciarse (esto no se da en el caso venezolano) e incluso el tipo de programación.

## **4. Otros casos polémicos**

### **4.1 Qatar, Irán, Estados Unidos: La batalla del Medio Oriente**

La controvertida cadena qatarí Al Jazeera nació con la "misión" de servir de plataforma "a las voces de los sin voz", que no eran escuchadas por los "medios de propaganda". Comenzó sus emisiones el 1 de noviembre de 1996 desde Doha, la capital de Qatar, una dictadura feudal que, según sus críticos, pretende dar lecciones democráticas al resto del mundo.

Las opiniones sobre Al Jazeera son irregulares. En los últimos tiempos se le atribuyen efectos positivos en el reflejo y debate de la denominada Primavera Árabe, que expulsó del poder a los dictadores de Túnez, Egipto y Libia. En el pasado se le ha acusado de antinorteamericana, y a la vez de ser la cadena más plural del mundo árabe. Lo único en lo que críticos y simpatizantes parecen estar de acuerdo es en que Al Jazeera ha cambiado la perspectiva sobre cómo se informan los árabes:

Hasta su aparición, en la mayoría de los países de la región, los únicos noticieros de televisión eran los de los canales estatales. Burocrática, lenta, falta de recursos, la televisión estatal árabe, en general sólo presenta la línea oficial de la información, o sea, son portavoces de los distintos gobiernos" (Fernández, 2003).

Hugh Miles (2006), por ejemplo, está de acuerdo en que la cadena estableció la tradición del periodismo de investigación en el mundo árabe y acabó con los tabúes sobre lo que podía hablarse en televisión, pero admite que es una "mera ilusión" que eso signifique una ayuda en la expansión de la libertad política:

Dar por sentado que la televisión por satélite transformará las sociedades árabes en democracias transparentes, justas e igualitarias equivale a suponer que la actual situación en el mundo árabe es la consecuencia de un déficit de información, lo que no es cierto (...) Al Jazira fomenta la libertad de expresión en Medio Oriente, pero ése no puede ser un sucedáneo para la reforma política real.

Desde el otro lado del mundo, también Estados Unidos aspira a influir en ciertas zonas de complejidad. Para ello dispone de un generoso presupuesto destinado a emisiones radiofónicas y televisivas. Sería erróneo generalizar sus objetivos, en tanto, unos casos persiguen nobles propósitos —como la promoción de la democracia y la libertad—, y otros simplemente buscan mejorar la imagen del país o justificar posiciones y acciones en asuntos polémicos —como las guerras de ocupación. La diferencia entre ambas

corrientes suele pender de un hilo. Y, aunque algunas veces ambas terminan confundiendo periodismo y propaganda, es evidente que manipular a la opinión pública en relación con una guerra y promover los derechos humanos son propósitos diametralmente distintos, que también merecen un análisis distinto.

La cadena de noticias Al Hurra (La Libre), fundada en febrero de 2004, es quizás el caso más controvertido. Casi un año después de la Guerra de Irak, Estados Unidos destinó un presupuesto de 62 millones de dólares para emitir 14 horas diarias —desde Springfield (Virginia)— y llegar a 22 países de Medio Oriente. Al Hurra cuenta con una plantilla de 200 periodistas árabes y norteamericanos (Martínez, 2004). En 2006, también lanzó una señal orientada a los árabes residentes en Europa.

El canal está dedicado a presentar "información precisa y equilibrada". Al Hurra es operado sin fines de lucro por The Middle East Broadcasting Networks, Inc. (MBN) y "financiada por el pueblo de Estados Unidos a través del Congreso"<sup>14</sup>. Según uno de sus primeros directivos, Ken Tomlinson, su misión oficial es "cuestionar —con verdad, tolerancia y moderación— las voces del odio y la represión" (The Washington Times, 2004). Pero sus críticos insisten en su papel como medio de propaganda pronorteamericana. El periodista de Al Jazeera, Tayseer Alouny, que se hizo famoso por sus entrevistas a Bin Laden, afirma que la tarea de mejorar la imagen de Estados Unidos "no depende de palabras, ni de televisoras":

La primera emisión de cualquier medio de comunicación marca su identidad. En este caso, el que aparezca Bush lo dice todo [el primer programa del canal fue una entrevista al entonces presidente George W. Bush]. Bush es odiado entre los árabes (...) Los televidentes saben desde el principio que Al-Hurra es el portavoz de la política estadounidense. Y esto es totalmente rechazado en el mundo árabe (Martínez, 2004).

Según datos de 2009, Al Hurra ha sido un "fracaso bochornoso". Cuatro años después del inicio de sus emisiones, sólo un 2% de la audiencia árabe reconocía informarse con su señal, frente al 54% de Al Jazeera (Peinado, 2009). Aiman Zoubir<sup>15</sup>, corresponsal de Al Jazeera (en árabe) en España, considera que los niveles de audiencia de Al Hurra "dan fe de que no están haciendo las cosas bien":

Creo que recursos tienen para mejorar su producto. Tal como están ahora, no están consiguiendo ningún objetivo de los que se

habían planteado. Los años han demostrado que no han podido competir con Al Jazeera. La pregunta es por qué han salido tantas cadenas [occidentales] de información en árabe, cuando la audiencia china o hindú es superior. ¿Por qué esta obsesión con el espectador árabe?

Manfredi Sánchez (2006), sin embargo, da un espaldarazo teórico a los intentos occidentales por influir en el mundo árabe, donde hay índices de analfabetismo de hasta el 65%. Estima que, en relación con la seguridad, el "poder blando" es una herramienta clave para alcanzar grandes capas de población y cambiar su concepción de los problemas y los intereses nacionales:

En el caso de los islamistas radicales, las televisiones estatales de ciertos países árabes y numerosas páginas webs legitiman el terrorismo y el uso indiscriminado de la violencia. Frente a esta realidad, el poder duro es inútil. Es necesario recuperar el espacio del poder blando y remodelar el entorno global del conocimiento. Este entorno facilita la difusión de contenidos informativos y de entretenimiento más allá del Estado Nación: la difusión de los canales de televisión por cable y vía satélite multiplica los recursos de entrada del poder blando.

Pero dicho proceso es de vía doble. Hoy también se constata cómo las dictaduras están dispuestas a hacer valer sus señales en los satélites occidentales. Por ejemplo, Press TV, el canal todo-noticias del régimen iraní, ganó hace dos años una importante disputa legal en Gran Bretaña. La Advertising Standards Authority desechó una demanda presentada por varios ciudadanos, que se quejaron de su publicidad en los autobuses de Londres. Los anuncios decían: "Press TV: dando voz a los sin voz. La verdad de las noticias, 24 horas al día y 7 días de la semana. El mundo está cambiando (...). Las noticias están cambiando. ¿Por qué todavía ve el mismo cansino canal de noticias?" (Plunkett, 2009).

Las denuncias pedían que Press TV se identificara como una cadena financiada por el régimen de Teherán, y cuestionaban el término "verdad" que aparecía en su eslogan; pero la autoridad publicitaria británica argumentó que exigir la titularidad en los anuncios no era una práctica común para los canales de su tipo, y apeló a la subjetividad en el segundo supuesto. El caso fue cerrado sin otras consecuencias.

Irán también opera el canal en árabe Al Alam (El Mundo), que lidera el discurso antinorteamericano en la zona. Sus objetivos no son sólo Estados Unidos y Occidente: también critica "ferozmente" a los Estados árabes que son

mucho menos islámicos de lo que Teherán quisiera (Marcos-Marín, 2005). Entre noviembre de 2009 y febrero de 2010, su señal fue suspendida varias veces por parte de un operador satelital árabe.

Este tipo de cadenas son "un absurdo", porque "copian el modelo de Novosti en la antigua URSS", al decir de Xavier Horcajo, director editorial del Grupo Intereconomía<sup>16</sup>: "(Hugo) Chávez o (Mahmud) Ahmadineyad hacen cadenas de televisión para contaminar al mundo de una ideología perversa; pero no se le pueden poner puertas al campo en la era de internet. La mejor manera de combatir la contaminación es la educación".

#### **4.2 Más actores en pugna**

Después de recuperarse de la caída de la URSS, Rusia ha retomado sus aspiraciones como potencia internacional. Y dicha decisión ha derivado en otras de carácter mediático.

El 10 de diciembre de 2005, Russia Today se convirtió en el canal mundial de noticias de Moscú, bajo la tutela de la estatal Agencia de Información Internacional RIA Novosti. Voces de la oposición le han acusado de ser una extensión de los servicios de propaganda de la era soviética y de "instrumento propagandístico del Kremlin"<sup>17</sup>, mientras que sus defensores argumentan que es una cadena independiente, igual a las de otros países. Russia Today en inglés puede recibirse en más de 100 países, con corresponsales en Washington, Londres, París, Nueva Delhi y Tel Aviv. La versión en árabe, que comenzó en 2007, se denomina Rusia al-Ayum. Russia Today en español inició sus emisiones el 28 de diciembre de 2009. Esta última redacción la componen unas 200 personas, de ellos 35 periodistas de Argentina, España, Chile, Ecuador, México, Bolivia, Perú, Estados Unidos y Serbia.

En clave de política doméstica, la era de Silvio Berlusconi dejó graves escándalos en Italia, debido al control de la televisión pública y al peso de sus propiedades televisivas en el espectro nacional. Berlusconi es dueño de Canale 5, Rete 4 e Italia1, a través de su empresa Mediaset, y durante sus gobiernos manejó las entidades del Estado como si hubiesen sido suyas. Desde 2009, el primer ministro italiano estuvo enzarzado en una cruzada contra los canales de la estatal Rai (Rai Uno, Rai Due, Rai Tre, RaiNews24), como parte de los intentos por contener la repercusión de sus "escándalos sexuales y jurídicos". Sumando las cadenas privadas y públicas bajo su dominio político, Berlusconi controló hasta el 80% de la audiencia de la

televisión en abierto, en un país en el que entre el 70% y el 80% de los ciudadanos dice informarse a través de la pequeña pantalla (Buxaderas, 2009).

La debilidad democrática italiana se manifiesta claramente en la controvertida vocación de servicio público de sus medios estatales. La televisión italiana se diferencia de la norteamericana en que no es "agresiva", en el sentido de que el periodista se siente revestido de una "función crítica", apunta Sartori (2008:98):

Esta agresividad se considera en Estados Unidos como una ética profesional, aunque después, un segundo objetivo, menos noble, es del 'crear público' y complacerlo. En Italia, con la televisión estatal, nunca ha sido así. Los periodistas de las televisiones estatales se sienten inseguros y, por tanto, son muy cautelosos: no quieren escándalos y hacen carrera tratando al gobierno con guantes de seda. Todos deben quedar satisfechos (incluso el Papa), también en términos de minutaje.

## 6. Conclusiones

Treinta y un años después del primer canal todo-noticias del mundo, decenas de émulos funcionan con dinero público, con el objetivo (explícito o implícito) de ejercer labores de diplomacia paralela, mejoramiento de imagen y propaganda. La controversia sobre el papel de los gobiernos en la creación y mantenimiento de estas cadenas, crece en ámbitos académicos y políticos. El debate afecta, sobre todo, a canales como Al Jazeera (Qatar), TeleSUR (Venezuela y otros países latinoamericanos), Press TV (Irán), Russia Today (Rusia), Al Hurra (Estados Unidos), pero la situación se manifiesta incluso en la Unión Europea.

Decenas de gobiernos han lanzado señales satelitales con información 24 horas. Ni débiles (Venezuela, Cuba, Bolivia) ni poderosos (Francia, Rusia, EEUU, Japón) se han abstenido de probar la fascinante herramienta. La decisión no es cuestionable en sí misma, pero una valoración justa dependerá de sus objetivos, el grado de pluralidad, la calidad democrática y el costo económico de sus emisiones. En el orden positivo, los canales informativos globales contribuyen a un mayor conocimiento entre culturas y naciones. La televisión ayuda a interconectar lo que las distancias físicas muchas veces hacen insalvable. Pero la guerra de antenas políticas, desarrollada con absoluto desprecio por los estándares de la profesión, y anclada en esquemas confrontacionales, no ha sido beneficiosa para nadie.

Algunos gobiernos han acudido a las ganancias del boom petrolero para financiar sus aventuras televisivas. Pero, de cara a la repercusión socioeconómica, existen diferencias importantes. Desde el punto de vista económico, Qatar es el primer país del mundo en ingresos per cápita, y Venezuela, el 92. Sostener los costos de un canal internacional trasciende de manera distinta para qataríes y venezolanos, por no mencionar a cubanos, bolivianos, ecuatorianos e iraníes. En España, un país agobiado por la crisis económica y por los mayores índices de desempleo de la UE, las 13 televisiones públicas autonómicas gastan más de 800 millones de euros al año; además de los 547 millones reservados por el Estado a Radio Televisión Española.

¿Es legítima la existencia de la televisión pública? Sí, pero en un contexto de racionalidad económica y financiación mixta, sin olvidar que la promoción de valores es tan importante como el presupuesto. La igualdad de oportunidades, la democracia y la diversidad deben ser garantías imperiosas de los estatutos editoriales. El papel de la política debería limitarse a la creación de condiciones para el ejercicio libre y responsable del periodismo.

En tiempos de internet, es prácticamente imposible que los medios estatales pretendan erigirse en contrapeso del resto, porque la democratización informativa ha convertido el sector privado en un universo infinito. Los canales públicos son simplemente un elemento más del nuevo ecosistema mediático. Tomar otra vía conduce directamente al gigantismo institucional, o a lo que es peor: al abuso de la posición dominante.

### **Notas al pie:**

---

<sup>1</sup> En entrevista para esta investigación, el 31 de octubre de 2009, Madrid.

<sup>2</sup> En entrevista para esta investigación, el 24 de agosto de 2009, Madrid-Londres.

<sup>3</sup> En entrevista para esta investigación, el 12 de marzo de 2010, Madrid.

<sup>4</sup> En entrevista para esta investigación, el 19 de febrero de 2010, Madrid.

<sup>5</sup> En entrevista para esta investigación, el 29 de julio de 2009, Madrid-Atlanta.

<sup>6</sup> En entrevista para esta investigación, el 10 de agosto de 2009, Madrid-Estocolmo.

<sup>7</sup> En entrevista para esta investigación, el 11 de febrero de 2010, Madrid.

<sup>8</sup> Según un cable distribuido por EFE, el 28 de enero de 2009.

<sup>9</sup> En entrevista para esta investigación, el 31 de octubre de 2009, Madrid.

<sup>10</sup> Según estadísticas oficiales del año 2010 ([www.one.cu](http://www.one.cu)).

<sup>11</sup> Transcripción del anuncio emitido por TeleSUR, el 6 de septiembre de 2009, a las 21:20 (hora central europea).

<sup>12</sup> Según un cable de la agencia IPS, del 22 de julio de 2005.

<sup>13</sup> De acuerdo con el dossier de la empresa ([www.telesur.tv](http://www.telesur.tv)).

<sup>14</sup> Según el dossier de la cadena ([www.bbg.gov](http://www.bbg.gov)).

<sup>15</sup> En entrevista para esta investigación, el 12 de marzo de 2010, Madrid.

<sup>16</sup> En entrevista para esta investigación, el 18 de marzo de 2010, Madrid.

<sup>17</sup> En un cable distribuido por la agencia EFE, el 28 de diciembre de 2009.

## Referencias bibliográficas:

Amezaga Albizu, J. (2004): Televisión por satélite en el mundo: nuevos retos para viejas lenguas. Portal de la Comunicación. Recuperado el 2 de noviembre de 2009, de

[www.portalcomunicacion.com/dialeg/paper/pdf/16\\_amezaga.pdf](http://www.portalcomunicacion.com/dialeg/paper/pdf/16_amezaga.pdf)

Amoroso, S. (2010): Andrés Izarra: 'Darle voz a quienes no la tienen ha sido una tarea titánica'. Todotvnews.com. Recuperado el 5 de agosto de 2010, de

[http://www.todotvnews.com/scripts/templates/estilo\\_notas.asp?nota=nuevo%2](http://www.todotvnews.com/scripts/templates/estilo_notas.asp?nota=nuevo%2)

[FEjecutivos%2FEntrevistas%2F2010%2F07%5Fjulio%2F09%5Fandres%5Fi%5Fzarra%5Ftelsur](http://www.todotvnews.com/scripts/templates/estilo_notas.asp?nota=nuevo%2FEjecutivos%2FEntrevistas%2F2010%2F07%5Fjulio%2F09%5Fandres%5Fi%5Fzarra%5Ftelsur)

Buxaderas, S. (2009): Berlusconi amordaza la televisión pública, en *Público*, Madrid, 6 de diciembre.

Cañizares, A.; Lugo J. (2007): Telesur: estrategia geopolítica con fines integracionistas, en *Temas de Comunicación* No. 14. Escuela de Comunicación Social. Universidad Católica Andrés Bello, Caracas.

Coronel, G. (2005): A conversation with Antonio Pasquali about Telesur. Vcrisis.com. Recuperado el 5 de agosto de 2010, de

<http://www.vcrisis.com/?content=letters/200508051538>

González Martín, P. (1995): *Euronews, una televisión pública para Europa*. Barcelona: Icaria Editorial

Fernández, A. (2003): Al Jazeera, el canal árabe. BBC Mundo. Recuperado el 24 de junio de 2009, de

[http://news.bbc.co.uk/hi/spanish/news/newsid\\_2899000/2899747.stm](http://news.bbc.co.uk/hi/spanish/news/newsid_2899000/2899747.stm)

Fombona Cadavieco, J. (1996): Diseño de informativos en televisión: Estudio y análisis de categorías y variables. Tesis Doctoral. Facultad de Ciencias de la Información. Universidad Complutense de Madrid.

IDH (2011): Índice de Desarrollo Humano de Naciones Unidas. Recuperado el 14 de noviembre de 2011, de <http://hdr.undp.org/es/estadisticas/>

Machado, D. (2006): TeleSUR: un año para evaluar una nueva experiencia comunicativa. *Revista Pueblos*, Madrid, diciembre.

Manfredi Sánchez, J. L. (2006): *Estrategias de seguridad y televisión en Oriente Medio. La comunicación en situaciones de crisis: del 11-M al 14-M*. Actas del XIX Congreso Internacional de Comunicación, Facultad de Comunicación, Universidad de Navarra (coord. Alfonso Vara Miguel), EUNSA, Pamplona.

Martínez, S. (2004): Al Hurra, vocero del Pentágono. Sala de Prensa No. 66, abril. Recuperado el 21 de febrero de 2010, de <http://www.saladeprensa.org/art550.htm>

Miles, H. (2006): Al Jazira. *Foreign Policy* (Edición Española). Madrid, agosto-septiembre.

ONU-Bolivia (2010): Tres de cada 10 bolivianos viven en extrema pobreza. Recuperado el 30 de diciembre de 2010, de <http://www.nu.org.bo/NoticiasONU/Buscarnoticias/tabid/162/articleType/ArticleView/articleId/1080/Tres-de-cada-10-bolivianos-viven-en-extrema-pobreza.aspx>

Peinado Alcaraz, F. (2009): ¿Adiós al antiamericanismo? Recuperado el 21 de febrero de 2010, de [http://www.elpais.com/articulo/internacional/Adios/antiamericanismo/elpepuint/20090724elpepuint\\_8/Tes](http://www.elpais.com/articulo/internacional/Adios/antiamericanismo/elpepuint/20090724elpepuint_8/Tes)

Pignotti, D. (2005): Telesur será independiente siempre, neutral jamás. Agencia Periodística del Mercosur. Recuperado el 7 de febrero de 2009, de [http://www.prensamerocosur.com.ar/apm/nota\\_completa.php?idnota=730](http://www.prensamerocosur.com.ar/apm/nota_completa.php?idnota=730)

Plunkett, J. (2009): Press TV can say it tells the full story, rules ad watchdog. *The Guardian*, Londres, 2 de diciembre.

Sartori, G. (2008): Homo Videns. *La sociedad teledirigida*. Madrid: Editorial Taurus.

The Washington Times (2004): Anti-terror airwaves offensive, *The Washington Times*, Washington DC, 29 de febrero.