

Latinoamérica: ¿hacia un Al Jazeera hemisférico?

Luis Hernández Navarro

La jornada

07 de diciembre de 2004

En América Latina el debate sobre la necesidad de contar con canales de televisión estatales o públicos que enfrenten los contenidos informativos de los grandes consorcios mediáticos privados es intenso. En el Encuentro Internacional de Intelectuales y Artistas en Defensa de la Humanidad, efectuado en Caracas, se discutió fuertemente la necesidad de contar con un Al Jazeera hemisférico.

En septiembre pasado, en Manaus, Brasil, Hugo Chávez y Luiz Inacio Lula conversaron sobre la posibilidad de formar la red de televisión Telesur, cadena "alternativa a la CNN" que cubrirá con su programación toda América del Sur. Según Andrés Izarra, ministro venezolano de Información, el objetivo es contar con un instrumento "para afianzar nuestra soberanía y ayudar a divulgar un pensamiento alternativo frente a los imperios del norte".

Chávez habló del asunto con Néstor Kirchner y puso en marcha una operadora estatal de telecomunicaciones: CVG- Telecomunicaciones. Por su parte, Lula da Silva firmó, a finales de agosto, el decreto oficial que crea un comité para instalar TV Brasil Internacional (TBI): una televisión pública internacional. El canal saldrá al aire en enero de 2005 con transmisiones en español y portugués, películas y documentales.

El sueño de contar con un Al Jazeera latinoamericano es compartido por no pocos mandatarios progresistas del hemisferio. Tanto que el presidente venezolano dijo que esta cadena "más que una estación de radio es un símbolo de dignidad". Casi todos han padecido, lo mismo cuando eran disidentes que cuando llegaron al gobierno, la fuerza de la *mediocracia*. La influencia política de las televisoras, que desempeñan papel clave no sólo en la industria del entretenimiento, sino de las noticias, es fundamental.

En Venezuela los medios casi terminaron sustituyendo a los partidos políticos como herramientas para articular a la oposición en su intento de derrocar al gobierno. En Argentina y México han desempeñado un papel clave en alimentar la construcción de una cultura del miedo y en movilizar a las clases medias alrededor de temas como la inseguridad pública.

En Latinoamérica el modelo de televisión tiene una orientación comercial y económicamente está muy concentrado. Sin embargo, la relación de sus dueños con los gobiernos de los países donde operan y la influencia que tienen en la opinión pública les proporciona gran peso político. En contrapartida, los canales de televisión pública son muy escasos y su impacto es sumamente limitado.

América Latina cuenta con cuatro grandes grupos mediáticos, que son verdaderos monopolios: Televisa, de México; Globo, de Brasil; Cisneros, de Venezuela, y Clarín, de Argentina. Simultáneamente competidores y socios entre sí, han tejido alianzas más o menos estrechas con capitales internacionales. Y su espectro de negocios desborda con mucho la producción y transmisión de programas televisivos. Abarcan la producción de revistas, videos, radio, discos, cine, así como el manejo de teatros y agencias noticiosas.

Estas empresas no tienen frente a sí fuerte competencia estadounidense. Las grandes cadenas de ese país cambiaron su influencia física directa por la venta de programas y tecnologías. Los gobiernos del área, en cambio, deben encontrar la forma de manejar el desafío que significan transmisiones de compañías como News Corp, el *holding* de Rupert Murdoch y Liberty Media.

Como explica Carlos Cisneros (World Data Service, 27/08/2004), Televisa es la mayor compañía mediática en español, con 50 mil horas anuales de transmisión y más de 300 estaciones. Predomina en Univisión, principal cadena *hispana* en Estados Unidos, y Cablevisión.

Globo es el más importante proveedor de contenidos en Brasil. Abarca televisión por cable con un millón de abonados, el diario *O Globo* y parte del operador satelital SkyLA.

Diego Cisneros controla televisoras como Venevisión, y en el hemisferio empresas como Chilevisión, Caracol y Caribbean Communicatios. Es accionista principal de Univisión y Galavisión. Socio de DirecTV y de AOL Latin America.

Clarín edita el diario de ese nombre en Argentina. Posee Radio Mitre, Canal 13 y Multicanal, el mayor operador por cable de abonados: millón y medio.

Esta nueva incursión de los estados latinoamericanos en la industria de la comunicación tiene tras de sí una severa derrota. Durante la década de los 70 diversas naciones intentaron, por conducto de la UNESCO, crear un Nuevo Orden Informativo y de la Comunicación Mundial. No tuvieron éxito. La iniciativa multilateral fracasó.

En países como Suecia, Francia, India, Australia, Nueva Zelanda y Canadá, distintos partidos de izquierda han impulsado luchas a favor de una reforma estructural de los medios, prohibiendo la formación de monopolios, apoyando producciones no comerciales, sin ánimo de lucro, y creando productoras independientes.

Por su parte, los movimientos altermundistas han formado centros de información independientes como las radios piratas Global en Italia o Indy Media en distintos países y ciudades del mundo para enfrentar a las grandes cadenas mediáticas.

¿Podrán los estados latinoamericanos progresistas romper el cerco informativo de la *telecracia*? ¿Tendrán los recursos para competir con los grandes monopolios, o sucumbirán como sucedió en los 70? ¿Abrirán sus canales de televisión espacios reales a las expresiones autónomas, o se convertirán en instrumentos de comunicación al servicio de un gobierno?

Por lo pronto, el tema fue acremente discutido este fin de semana en Caracas. Dos posiciones, una proclive a dar una orientación pública y abrir el canal a distintos, y otra que reivindica un proyecto básicamente estatal conducido de manera centralizada, chocaron fuertemente. La moneda está en el aire.

Twitter: [@lhan55](https://twitter.com/lhan55)

Fuente: <https://www.jornada.com.mx/2004/12/07/027a2pol.php>