

**El grito de Calibán.
Del cinematógrafo al proyecto teleSur: la construcción de lo latinoamericano
en la comunicación audiovisual regional***

Andrés Mora Ramírez
Instituto de Estudios Latinoamericanos,
Universidad Nacional, Costa Rica

Recibido 01/09/2009 • Aprobado 22/06/2010

Resumen

Este ensayo analiza la importancia de la televisora TeleSur (fundada en el año 2005), en el contexto histórico del desarrollo de los medios de comunicación audiovisuales en América Latina y los debates acerca de la influencia de los medios masivos en los procesos de construcción de las identidades culturales. Se propone la tesis de que el proyecto TeleSur desempeña una función clave en la conformación de un nuevo orden internacional de la comunicación, que permita proteger la diversidad cultural de los pueblos latinoamericanos y democratizar los flujos mundiales de información en el escenario de la globalización neoliberal.

Palabras claves: Medios de comunicación masiva, comunicación alternativa, identidades culturales, globalización

Abstract

This essay analyzes on the importance of TeleSur TV Station (founded in 2005), in the historical context of the development of audio-visual means of communication in Latin America, as well as the debates about the influence of mass media in the process of cultural identity raising-up. It proposes the thesis that the project of Tele- Sur plays a key role in the shaping of a new international order on communication that allows the protection of the cultural diversity of Latin American nations and democratizes the world's information flows in the neoliberal globalization stage.

Key words: Mass media, alternative communication, cultural identities, globalization cultura e identidad

* Agradezco al MEL. Danilo González Camacho y a la MEL. Marielos Miranda Villalobos, su apoyo en la redacción de una primera versión de este documento

¿Qué es y cómo se representa a América Latina en los medios de comunicación social? ¿Podemos mirarnos y reconocernos en las imágenes y discursos que inundan el espacio de la comunicación audiovisual regional y global? ¿Quiénes controlan las industrias culturales que nos dicen y muestran lo que somos?

Una metáfora irrumpe, con poderosa luminosidad, como punto de partida para abordar la problemática entre los medios de comunicación y su influencia en los procesos de construcción y transformación de las identidades y la cultura latinoamericana. También para interpretar la importancia de aquellos proyectos de comunicación alternativa que procuran romper con esa –aparente- condena que, históricamente, nos ha llevado a buscar nuestro reflejo en el espejo de lo ajeno.

Se trata de la metáfora de Calibán –personaje principal de La Tempestad, de Shakespeare-, finamente delineada por el poeta y filósofo cubano Roberto Fernández Retamar (2004: 32)¹, quien la expresa así: “Nuestro símbolo no es pues Ariel, como pensó Rodó, sino Calibán. Esto es algo que vemos con particular nitidez los mestizos que habitamos estas mismas islas¹ Fernández Retamar sugirió por primera vez esta metáfora en 1971, en un artículo publicado en la revista Casa de las Américas. Desde entonces, ha revisitado y actualizado esta idea, que mantiene su vigencia. En el año 2004, la Universidad de Costa Rica publicó una edición de sus escritos en torno al tema, bajo el título Todo Calibán. donde vivió Calibán: **Próspero invadió las islas, mató a nuestros ancestros, esclavizó a Calibán y le enseñó su idioma para entenderse con él: ¿Qué otra cosa puede hacer Calibán sino utilizar ese mismo idioma para maldecir, para desear que caiga sobre él la ‘roja plaga’?**” (el resaltado no es del original).

En el ámbito de la comunicación social, la huella de Próspero se observa en la imposibilidad de América Latina de emitir, en el sistema mundial y regional de medios, su propio discurso audiovisual. Al menos el de esa América Latina que, entre lo global y lo local, sigue buscando su propio camino. Como lo explica el director de Le Monde Diplomatique, Ignacio Ramonet (2001), en una sociedad donde los medios construyen el sentido de las relaciones sociales a través de las imágenes, “el Sur es el infierno o un paraíso, pero jamás un espacio normal, con pueblos normales. **Del Sur no se habla nunca en términos neutros, ordinarios, porque no tiene la capacidad de emitir su propio discurso sobre sí mismo en dirección al resto del mundo**” (el resaltado no es del original).

Esta dimensión del conflicto entre Calibán y Próspero permite plantear, dentro del juego de las metáforas, la idea de que aquellas iniciativas de comunicación orientadas en función de las reivindicaciones sociales y culturales de nuestra América, constituyen -a su manera- ese idioma del que se vale Calibán para proclamar su emancipación de Próspero: el grito desde el que se elaboran

¹ Fernández Retamar sugirió por primera vez esta metáfora en 1971, en un artículo publicado en la revista Casa de las Américas. Desde entonces, ha revisitado y actualizado esta idea, que mantiene su vigencia. En el año 2004, la Universidad de Costa Rica publicó una edición de sus escritos en torno al tema, bajo el título Todo Calibán.

representaciones liberadoras de lo latinoamericano, frente a la uniformización de la cultura y los intereses de grupos hegemónicos que niegan, invisibilizan y silencian el rostro y la voz de los oprimidos.

En este sentido, un caso sui géneris es el de la cadena de televisión multiestatal latinoamericana TeleSur (de la que Bolivia, Cuba, Ecuador, Uruguay y Venezuela). La concepción y puesta en marcha de la televisora, en el año 2005, ha actualizado el debate –y aún más, el imperativo- de la construcción de un nuevo orden internacional de la comunicación, como condición para proteger la diversidad cultural de los pueblos y democratizar los flujos mundiales de información, en el escenario de la globalización neoliberal.

TeleSUR se propone revertir las condiciones de desigualdad sobre las que se desarrolló la comunicación social en la región. Uno de los impulsores de la televisora, el periodista uruguayo Aram Aharonian, explica así este objetivo: “Ellos [las empresas dominantes del sistema mundial de medios, controladas desde el Primer Mundo] ven a América Latina desde allá. Nosotros queremos ver nuestro continente desde nuestro continente (...). Por primera vez los latinoamericanos vamos a vernos a nosotros mismos con nuestros propios ojos y hacernos ver ante el mundo como somos” (Maira, 2005)².

¿Puede convertirse el proyecto TeleSUR en un instrumento social para desalambrar los latifundios de la comunicación, dominados por los poderosos grupos transnacionales y sus interlocutores regionales, en esa “inmensa provincia del subdesarrollo” en que, al decir del escritor uruguayo Mario Benedetti, ha sido convertida nuestra América? ¿Es posible elaborar, bajo la égida de la globalización neoliberal, una propuesta de comunicación televisiva que estimule el sentido crítico y se constituya en un medio de expresión y afirmación de nuestras identidades y diversidad cultural?

Sobre estas interrogantes, y lo que representa TeleSUR en la historia de la comunicación y la construcción de las identidades latinoamericanas, reflexionaremos en este ensayo.

Identidades latinoamericanas frente al sistema mundial de medios de comunicación

Una premisa de la que parte este análisis es que, lejos de lo que proponen las concepciones esencialistas, las identidades culturales se construyen de manera multidimensional, conflictiva y dinámica, con influencia de numerosos referentes: locales y nacionales, regionales y globales, políticos y culturales, históricos, contemporáneos y aún de las utopías en permanente reelaboración. Pasado, presente y futuro, sus travesías y desencuentros, muchas veces conviviendo

² 2 N.E.: En las citas directas, si no aparece el número de página es porque el artículo fue publicado en Internet y por tanto sin paginación.

simultáneamente en sujetos individuales o colectivos, hacen también a las identidades.

Los medios de comunicación, y particularmente los audiovisuales, participan activamente de esta elaboración o invención simbólica, difundiendo discursos, imaginarios, visiones de mundo (los mundos posibles y políticamente correctos, según el criterio hegemónico, o bien, censurando como imposibles los otros mundos que se propongan o se sueñen) y otras referencias, como valores y códigos de comportamiento, que generan una identidad que puede ser reconocida por los otros (Barrios Puga, 2006; Montiel, 2006; y Vergara, 2006). Además, mantienen “el fantasma de la estabilidad económica y social (...), como único supuesto garante de una democracia que día a día parece alejarse de su concepción originaria, asentada en la participación e integración de los ciudadanos al Estado” (Mayorga y Sepúlveda, 2005: 236).

Esta circulación y difusión del discurso audiovisual es fundamentalmente unidireccional, a saber, desde el centro hacia la periferia del sistema mundial de medios de comunicación, replicando así el sistema mundial de producción económica, política y cultural. Por este motivo, se afirma que los medios actúan como agentes que expanden y legitiman las prácticas y valores del Primer Mundo, otorgándoles preeminencia o superioridad sobre las prácticas y valores de los otros -el Tercer Mundo-, que son asociados con imágenes que aluden a inestabilidad, violencia, corrupción y otros atributos negativos, que justificarían distintos tipos y niveles de políticas intervencionistas (Mayorga y Sepúlveda, 2005).

Frente a este escenario, y en el contexto de la globalización, la construcción, transformación y afirmación de identidades se convierte en un proceso aún más “complejo y polivalente”, puesto que ocurre en medio de “crecientes interrelaciones y en donde participan una diversidad de actores locales, nacionales, transnacionales y globales” (Mato citado por Bermúdez, 2002: 85).

Esta tensión estimula tanto los fenómenos de homogeneización como los de diferenciación y surgimiento de nuevos movimientos sociales, que reivindican sus particularidades culturales, étnicas, territoriales, políticas y, en general, sus Derechos Humanos. De ahí que la globalización, por sí misma, no supondría necesariamente la anulación de las identidades locales/nacionales, o su dilución en lo global. Lo que sí entraña una amenaza son los objetivos de los grupos dominantes del sistema mundial de medios e industrias culturales, y la organización de este sistema al servicio de la globalización neoliberal, “pues las pretensiones de uniformidad consumidora mundial, sueño de los grandes conglomerados industriales y comerciales, entra en conflicto con muchas formas de vida en diversas regiones” (Barrios Puga, 2006).

La cuestión de fondo, como afirma Gallegos (2006: 69), es “qué cultura está detrás del control de los grandes medios de comunicación globales y cuáles son sus intereses”, lo que resulta decisivo cuando se toma en cuenta que los medios,

además de su función como difusores de información -en el mejor de los casos-, también se desempeñan como vehículos de penetración cultural en la totalidad del sistema.

Esta dimensión transnacional entra en contacto y en conflicto con los procesos de construcción de identidades, porque el desarrollo y la ampliación de un sistema sociocultural que se presenta como único, sin alternativas, apoyado en el uso y transferencia de las tecnologías de la información, favorece la creación de consensos en torno al llamado Nuevo Orden Mundial (que se devela, más bien, como desorden mundial, debido a sus evidentes desigualdades e injusticias), a los estilos de vida y modos de consumo globales, y a un cierto tipo de interconexión de las economías y de las sociedades (Mayorga y Sepúlveda, 2005). Es decir, favorecen procesos de socialización del sistema global de producción, que pueden comprometer seriamente las posibilidades de existencia y de expresión de aquellas identidades y tradiciones culturales no dominantes, que se rebelen ante los imperativos de la globalización.

En el caso de América Latina, la idea de la conflictividad, y más específicamente de la disputa entre lo hegemónico y lo contra-hegemónico en la manipulación de símbolos, el establecimiento de consensos respecto a los significados y al sentido mismo de la realidad, ocupan un lugar fundamental en el estudio de las identidades. Esto porque en nuestro continente la relación entre alteridad y mismidad (ellos y nosotros) se expresa, sobre todo, en función de la dinámica de los *vencedores y los vencidos*.

Un autor como Montiel, por ejemplo, en su calidad de consultor de la UNESCO, si bien suscribe la idea de la construcción de la identidad como fruto de la negociación cultural que ocurre en el proceso de interacción social (la tesis de Pierre Bordieu), también reconoce que se trata de “una lucha constante entre las relaciones objetivas de poder natural y simbólico, y los esquemas prácticos a través de los cuales ciertos agentes clasifican otros agentes y evalúan sus posiciones, tanto en estas relaciones objetivas como en las estrategias simbólicas de presentación y auto-representación” (2006).

En Fernández Retamar (2004: 84), con un tono más beligerante, propio del drama de Calibán y Próspero, la conflictividad inherente a la definición de lo latinoamericano (es decir, lo que aquí entendemos como culturalmente diverso), se refleja como la oposición y resistencia histórica a la pretensión de los países capitalistas de englobar a nuestros pueblos en su proyecto civilizatorio (una “versión moderna de la pretensión decimonónica de las clases criollas explotadoras”) y de incorporarlos en la verdadera cultura (por supuesto la de ellos, no la nuestra).

Para el poeta y filósofo cubano, “frente a esta pretensión de los conquistadores, de los oligarcas criollos, del imperialismo y sus amanuenses, ha ido forjándose nuestra genuina cultura —tomando este término en su amplia acepción histórica y antropológica-, la cultura gestada por el pueblo mestizo, esos descendientes de

indios, de negros y de europeos que supieron capitanear Bolívar y Artigas; la cultura de las clases explotadas, la pequeña burguesía radical de José Martí, el campesinado pobre de Emiliano Zapata, la clase obrera de Luis Emilio Recabarren y Jesús Menéndez; la cultura de las masas hambrientas de indios, de campesinos sin tierra, de obreros explotados de que habla la Segunda Declaración de La Habana (1962), de los intelectuales honestos y brillantes que tanto abundan en nuestras sufridas tierras de América Latina, la cultura de ese pueblo que ahora integra una familia de doscientos millones de hermanos y ha dicho: ¡Basta!, y ha echado a andar” (Fernández Retamar, 2004: 84).

En este contexto, definido por los intereses del sistema mundial de medios de comunicación y las resistencias que se gestan desde la periferia, así como por la especificidad histórica de América Latina, Barrios Puga acierta, con sobrada razón, cuando afirma que mantener “una identidad cultural en el inicio del siglo XXI, requiere de un esfuerzo mayúsculo por parte de sus generadores y los pueblos que de ello pueden salir beneficiados. El objetivo deber ser impedir que una idiosincrasia local sea tan débil que no resista los embates de los mensajes homogeneizadores” (2006).

Los medios alternativos contribuyen a este épico esfuerzo, en tanto se presentan como opciones frente al discurso dominante y la manera de informar de los grandes medios de comunicación. También al ocuparse de problemáticas concretas que afectan a grupos o sectores sociales con baja representación en la esfera de lo público, de tal forma que estos medios tratan de comprender y hacer comprensible “la realidad social para lograr propuestas de cambio” (Lago y Marotias, 2006).

Desde esta perspectiva, y tomando en consideración que TeleSUR es presentado como “una señal de vocación social (...), un canal de encuentro y debate de ideas, compuesto por una programación tan diversa y plural como diversa y plural es la población latinoamericana” (Aharonian, 2005) este proyecto de comunicación podría restituirle a las identidades y movimientos sociales que no han sido hegemónicamente exitosos en la conformación de nuestros Estados y de la identidad nacional, un lugar protagónico en la emisión y resignificación de discursos, valores, expresiones e imaginarios anclados en *lo latinoamericano*.

Una condición mínima para el auténtico ejercicio de la libertad de expresión y el derecho a la información, pero que ha permanecido constreñida, cuando no ausente, en el desarrollo de los medios de comunicación y las industrias culturales en nuestros países.

Las huellas de Próspero en el desarrollo de los medios de comunicación en América Latina.

Hurgar en la historia de los medios de comunicación en América Latina supone, de algún modo, emprender camino tras los pasos, tras las huellas que Próspero ha dejado en nuestras tierras y nuestra cultura, durante más de cien años. La

construcción de un nuevo espacio comunicacional, que podría proyectarse a partir del lanzamiento de TeleSUR y de otras iniciativas –audiovisuales, radiofónicas, impresas, electrónicas- de carácter latinoamericanista, debe tomar en cuenta ese pasado.

Fernández Retamar, a cuyo amparo hemos emprendido este ejercicio de reflexión, sugiere un punto de partida cuando afirma que

...asumir nuestra condición de Calibán implica repensar nuestra historia desde el otro lado, desde el otro protagonista. El otro protagonista de La tempestad no es Ariel [el intelectual, el genio del aire sin ataduras con la vida], sino Próspero. **No hay verdadera polaridad Ariel-Calibán: ambos son siervos en manos de Próspero, el hechicero extranjero** (*el resaltado no es del original*). (2004: 39)

Por ese extranjero se entiende aquí el ojo del otro que, en posesión de la tecnología y en control de los sistemas de comunicación e industrias culturales, observa y construye una imagen -con frecuencia devaluada- de su objeto de mira; el otro que, desde una subjetividad excluyente, elabora y difunde sus imaginarios sobre nosotros, lo que incide en su forma de establecer y conducir sus relaciones culturales, políticas y económicas con el conjunto de países de la región.

Los efectos de los medios de comunicación – fundamentalmente audiovisuales- sobre la cultura y las identidades latinoamericanas responden a esta lógica. Así se observa en numerosos debates y en una intensa producción intelectual desde principios del siglo XX, cuando, en virtud del desarrollo del cinematógrafo, la radio y los nuevos sistemas de impresión que impulsan la mundialización de la cultura de masas, los países latinoamericanos ingresan a la modernidad. Tal es la tesis que sostiene Vergara, para quien la entrada de América Latina en la modernidad.

...se daría fundamentalmente a través de los medios de comunicación, que son asumidos como los grandes referentes que, junto con desterritorializar y descentralizar el consumo simbólico, son presentados como objetos portadores de modernidad en sí mismos". Esto por cuanto los medios, y en especial la televisión, contribuyen a "desencadenar el paso de una cultura organizada jerárquicamente, a una cultura distribuida masivamente", que redefine "las jerarquías canónicas de la cultura (2006: 101).

A partir de entonces, las discusiones en torno a esta problemática dan cuenta de las condiciones intelectuales, políticas y culturales que conforman la complejidad de América Latina: "el continuado status de Tercer Mundo de la región, la historia latinoamericana de inestabilidad política y gobiernos autoritarios, y su heterogeneidad social" (Schlesinger y Morris, 2006).

Sin dejar de lado estos aspectos, lo que interesa mostrar aquí es cómo la persistente aparición de la sombra de Próspero ha desempeñado un papel

determinante en la búsqueda y difusión de lo latinoamericano en la comunicación social, y particularmente en el ámbito audiovisual (primero en el cine, y luego en la televisión).

Ya desde la segunda mitad del siglo XIX y prácticamente a todo lo largo del siglo XX, uno de los elementos que más concentra la atención del quehacer del pensamiento latinoamericano, tanto en sus coincidencias como en sus desavenencias, será la expansión de los Estados Unidos en el continente bajo la forma del imperialismo, y lo que se ha denominado la expansión de su frontera hacia el sur, fenómeno que tiene lugar tanto a nivel de la geopolítica y la economía, como de la cultura. Esta expansión fue tangible en hechos como la conquista, por la vía de la guerra, de tres cuartas partes del territorio mexicano en 1848; los proyectos de apertura de una vía interoceánica en Nicaragua, acompañados de incursiones de filibusteros (lo que propició la Guerra Nacional en Centroamérica, en 1856-1857); la apropiación de Filipinas, Puerto Rico y el control de Cuba, hacia finales del siglo XIX; la construcción del Canal de Panamá en 1903 o las reiteradas invasiones de los marines a Nicaragua a partir de la década de 1910, solo para citar algunos ejemplos de la historia.

Así, en las primeras décadas del siglo XX, “los pensadores críticos incorporan al debate político cultural las teorías socialistas y anti-imperialistas y, a la luz de estos paradigmas (...), acuñan las tesis del colonialismo cultural y de la dependencia y dominación cultural, para explicar los problemas de las identidades latinoamericanas” (Bermúdez, 2002: 79).

Durante las décadas de 1920 y 1930, una publicación emblemática como fue el Repertorio Americano, dirigida por el costarricense Joaquín García Monge, recogió la preocupación de un sector de los intelectuales por la influencia del imperialismo o colonialismo cultural estadounidense sobre nuestros pueblos. Influencia que se ejercía, especialmente, a través del cinematógrafo: un medio que, por primera vez, integraba en un solo soporte la imagen con la palabra para recrear los hechos sociales.

Las críticas elaboradas por esta parte de la intelectualidad latinoamericana denotaban la urgencia de “establecer el perímetro de nuestra identidad y la de los otros”, y al mismo tiempo sentaban las bases para “la creación de una *comunidad imaginada*, nacional y continental” (Solís y González, 1998: 189. El resaltado no es del original). Conviene hacer notar que estas preocupaciones se manifiestan mucho antes del surgimiento de los partidos comunistas en América Latina, por lo que no se trata de prejuicios ideológicos, según los cánones contemporáneos de lo políticamente correcto, sino de componentes esenciales de la reflexión y la crítica propias del nacionalismo de esos años, y si se quiere, de un latinoamericanismo que empezaba a tomar forma en el continente.

La fuerza de penetración cultural del cinematógrafo era cuestionada en dos sentidos: por un lado, se ponía en duda la fidelidad con que reproduciría la

realidad social; y por el otro, las distorsiones de las que podrían ser víctimas los pueblos hispanoamericanos.

Lo que se destaca, en todo caso, es la relación tempranamente establecida entre los medios de comunicación y su uso con fines políticos e ideológicos específicos, ajenos a lo nacional y, en un sentido mayor, a lo latinoamericano. Solís y González (1998: 191) interpretan esta situación, angustiosa en los escritos de la época, con una sugestiva idea: “la imagen y el sonido del cinematógrafo empezaban a funcionar como una prolongación material y tecnológica del **ojo que (...) nos escrutaba y nos juzgaba, desde el lugar del poder político, militar y económico**” (el resaltado no es del original).

En esos años se condenará la imagen de lo latinoamericano y lo hispanoamericano producida desde los Estados Unidos y, en menor medida, desde Europa. Una imagen que Miguel Antonio Peña, en un artículo publicado en el Repertorio Americano en 1930, describía como

“arreglada para presentar ante el público Angloamericano a las Naciones Latinoamericanas como pueblos bárbaros y salvajes, como conglomerados de tribus que derivan su subsistencia del merodeo, el crimen y los vicios; como pueblos sin conocimientos y aún sin noción alguna de la Moral, el Derecho y el respeto a la Ley, y como una raza sin ninguna vinculación histórica y sin patrimonio alguno de dignidad, grandeza y civilización” (Solís y González, 1998: 192).

La desvalorización de los otros, ejercida a través del cinematógrafo, era vista como un recurso del imperialismo para colonizar culturalmente a los pueblos que no condescendían con sus intereses. En contextos específicos, por ejemplo en el México posterior a la Revolución de 1910, este tipo de imágenes alimentaban un discurso visual que presentaba al país como una cuna de bandoleros, y que se producía para consumo masivo e internacional³.

En las décadas de 1940 y 1950, sin abandonar el oficio de legitimación o desvalorización de los discursos audiovisuales sobre lo latinoamericano, el ojo de Próspero se desplaza del escenario internacional, al interior de las fronteras nacionales, cuando los grupos hegemónicos locales absorben –e incluso anulan-

³ Se trata de una estrategia de comunicación aplicada, indiscriminadamente, a lo largo de la historia latinoamericana del siglo XX y en lo que corre del siglo XXI, y que está basada en la desvalorización y anulación de los otros. Entre sus “víctimas” se cuentan una amplia variedad de actores y sujetos sociales: desde los movimientos campesinos de Emiliano Zapata y Pancho Villa, el ejército de liberación nacional de Augusto César Sandino, o los partidos socialistas latinoamericanos, hasta el Che Guevara, la Revolución Cubana y la Revolución Sandinista. Más recientemente, idénticas estrategias se han dirigido contra el Subcomandante Marcos y los zapatistas en México, Evo Morales y el movimiento indígena andino, o Hugo Chávez y la Revolución Bolivariana, por citar algunos ejemplos. Noam Chomsky describe así el modus operandi de este modelo comunicacional: “el hecho de que la voz del pueblo se escuche en las sociedades democráticas se considera un problema que se ha de superar haciendo que la voz pública enuncie las palabras [y también las imágenes] correctas” (véase su obra: *Ilusiones necesarias. Control del pensamiento en las sociedades democráticas* (1992). Madrid: Libertarias/Prodhufo, pp. 31).

bajo su dominio todas aquellas otras representaciones culturales que se opusieran a la sensibilidad y al imaginario oficial del Estado-Nación.

En efecto, con el ascenso de los gobiernos nacional-populistas y sus alianzas de clases; la irrupción protagónica de los obreros, campesinos, inmigrantes y sindicatos en la política nacional y la vida de las ciudades latinoamericanas (en ocasiones, con carácter instrumental); y junto a esto la existencia de condiciones materiales que hacían posible el desarrollo de una cultura de masas, los medios adquieren “materialidad institucional y espesor cultural”, en la medida en que permitían “articular las prácticas de comunicación –hegemónicas y subalternas–” entre el Estado y los movimientos sociales; es decir, los medios se convirtieron “en voceros de la interpelación que desde el populismo [y sus caudillos] convertía a las masas en pueblo y al pueblo en Nación” (Martín- Barbero, 1987: 223-224).

El modelo populista impulsó el desarrollo de las industrias culturales, pero el Estado no renunció al monopolio de los valores hegemónicos que conformaban la identidad nacional. En este sentido, el cine latinoamericano desempeñó una función clave para los grupos dominantes en los años cincuenta del pasado siglo, pues ante la dispersión territorial e incluso cultural de nuestros países, logró convertir el discurso audiovisual en “una primera vivencia cotidiana de la Nación”, donde el público “se fue reconociendo y transformando, se apaciguó, se resignó y se encumbró secretamente”, y en ese hacer visibles a las masas, el cine también le dio “imagen y voz a la identidad nacional” (Martín-Barbero, 1987: 225-228).

Sin embargo, quienes hablaban y se mostraban a través de ese discurso no eran los pueblos mestizos descendientes de indios, de negros y de europeos; o las clases explotadas, la pequeña burguesía radical y el campesinado pobre; o la clase obrera, las masas hambrientas y los sin tierra, a los que Fernández Retamar levanta del olvido oficial y les restituye como forjadores y protagonistas de nuestra cultura latinoamericana. Estos grupos, portadores de una enorme riqueza en su identidad cultural, no tenían la posibilidad de emitir su propio discurso, de decir –y hasta gritar- su palabra. Próspero no dejaba de rondar nuestras tierras.

Esta situación se agrava en las décadas de 1950 y 1960, cuando la televisión en América Latina se organiza y extiende con arreglo a un modelo familiar/patriarcal (los herederos de la oligarquía criolla), donde la función política de los medios es desplazada por “el dispositivo económico (...) y la ideología se torna ahora sí vertebradora de un discurso de masa, que tiene por función **hacer soñar a los pobres el mismo sueño de los ricos**” (Martín-Barbero, 1987: 226. El resaltado no es del original).

Este es el período de gestación de los consorcios mediáticos de capital regional, que rápidamente establecieron negocios con las grandes compañías de televisión estadounidenses (CBS, NBC y ABC). Por ejemplo, en México, la familia Azcárraga funda el Grupo Televisa y concentra la propiedad de la televisión mexicana, en asocio con el Partido Revolucionario Institucional (PRI). Los estudios de Mastrini y Becerra (2003) demuestran que “las relaciones entre Televisa y el PRI fueron tan

cercanas que hubo accionistas de la empresa que dejaron su puesto en el directorio para transformarse en legisladores por dicho partido. Y una vez cumplido su mandato volvieron al directorio del grupo”.

En Brasil, la televisora Globo, de la familia Marinho y el grupo estadounidense Time-Life, “nació con la dictadura que se estableció en 1964 y a la que sirvió de apoyo para el proyecto militar de modernización conservadora”. De hecho, con el visto bueno de los militares y el aporte de las inversiones norteamericanas, Globo desplazó a sus principales competidores, “comenzó su expansión hasta alcanzar cobertura nacional y prácticamente acabar con la competencia (...), aprovechando las cuantiosas inversiones que realizó el Estado para desarrollar las telecomunicaciones a través de EMBRATEL” (Mastrini y Becerra, 2003).

Y en Venezuela, el empresario Diego Cisneros lanza el canal Venevisión e involucra como accionistas a Paramount y ABC, a pesar de las restricciones legales de participación de extranjeros en la radiodifusión, consolidando de esta manera sus vínculos con el poder político: la televisora imponía “de hecho las reglas del juego comercial, sin comprometer el proyecto político del gobierno” (Mastrini y Becerra, 2003). Como se puede apreciar, el desarrollo del espacio audiovisual en América Latina se fue configurando como una estructura oligopólica, asociada al capital extranjero e íntimamente ligada al sistema político (incluso bajo las dictaduras militares), pero que no era representativa de la población de cada uno de los países ni de la diversidad cultural de sus pueblos. De ahí que se afirme que entre el poder político y los propietarios de medios existía un pacto tácito: los gobiernos no fijaban políticas culturales ni regulaciones económicas excesivas sobre los medios, “a cambio de obtener un cierto el control político sobre los contenidos” (Mastrini y Becerra, 2003). Un pacto que suponía, además, el control sobre la identidad nacional. Como ya se mencionó, la presencia del elemento extranjero es un rasgo común que gravita sobre las construcciones teóricas de los intelectuales de la región. Esta preocupación aparece nuevamente en la década de 1970, acompañada ahora del concepto de dependencia. El argumento principal, en términos de la relación entre medios y cultura, señalaba que los sistemas de comunicación en América Latina estaban bajo el dominio económico y tecnológico de las empresas estadounidenses (proveedoras de la mayor parte de los productos informativos, cinematográficos y programas televisivos), y en consecuencia, los intereses geopolíticos de ese país dispondrían de un espacio privilegiado para actuar sobre y transformar los estilos de vida, las tradiciones y las identidades latinoamericanas.

El estudio clásico de Armand Mattelart y Ariel Dorfman (de 1972, citado por Schlesinger y Morris, 2006), titulado Para leer al pato Donald, expresa a cabalidad el razonamiento de fondo que daba sustento a los planteamientos de la dependencia cultural: “¿Por qué Disney es una amenaza? (...) Porque este producto de Disneylandia (...) es importado, junto con tantos otros objetos de consumo al país dependiente (...). Importando un producto (...) importamos también las formas culturales de esa sociedad”.

Esta línea de reflexión crítica fue recuperada, en buena medida, por la Comisión Internacional sobre Problemas de la Comunicación de la UNESCO, con la presentación del Informe Macbride en 1980. El documento describía:

... la imagen de que ocurría en el planeta un 'flujo unidireccional' (one way flow) de la comunicación internacional, ante el predominio de las importaciones mediáticas provenientes de países del 'Primer Mundo', especialmente de Estados Unidos (Sánchez Ruiz, 2006: 208).

El Informe denunció el proceso de concentración y dominio de la industria de la comunicación, y recomendó "el establecimiento de un nuevo sistema basado en el principio de igualdad de derechos, la independencia y el libre desarrollo de los pueblos" (UNESCO, 1980: 220). Sin embargo, las conclusiones de los especialistas de la Comisión de UNESCO no produjeron transformaciones importantes en las políticas de comunicación, porque fueron rechazadas por los países poderosos y los agentes privados transnacionales. Desde entonces, se han ampliado las tendencias a la desigualdad y las asimetrías en cuanto a la disponibilidad de recursos tecnológicos, las comunicaciones y la producción de información periodística entre países desarrollados y subdesarrollados.

A partir de la década de 1990, en el apogeo de la globalización neoliberal, la dinámica de las comunicaciones consolidó un nuevo orden de la información que, a diferencia del modelo que promovía el Informe Macbride, responde a un modelo liberal competitivo que, sobre la base de la desregulación, debilita la tutela del Estado y fortalece el poder del mercado (Herman y McChesney, 1999; y Mattelart, 2003).

En este sentido, los datos son contundentes: las empresas de Estados Unidos y la Unión Europea controlan el 90 % de toda la información del planeta; de las 300 principales compañías del sector de la información, 144 son de Estados Unidos, 80 de la Unión Europea y 49 de Japón (General Electric, AT&T, Disney, Time Warner, Sony, News Corp., Viacom, Seagram, Bertelsmann. También Dow Jones, Comcast, The New York Times, The Washington Post, Hearst, Mc- Graw Hill, CBS, Times-Mirror, Reader's Digest, Pearson, Kirch, Havas, Mediaset, Hachette, Canal+, Prisa y Reuters). En contraste, los países pobres, donde vive el 75 % de la humanidad, poseen únicamente el 30% de los periódicos del mundo (Uribe, 2005).

En América Latina, los estudios más recientes sobre medios de comunicación e industrias culturales determinan que "el primer operador acapara, en promedio, más del 30% del mercado, mientras que los cuatro primeros superan el 80%. El medio con mayor índice de concentración es la TV abierta, con 85%, seguido por la TV por cable (84%) y la prensa (62%)" (Mastrini y Becerra, 2006: 10). Entre los primeros operadores de este mercado concentrado figuran empresas de los grupos Televisa de México, Cisneros de Venezuela, Globo de Brasil y, en menor medida, del grupo Clarín de Argentina, que se constituyen en los interlocutores regionales de los grandes grupos multinacionales.

Ante estas nuevas formas de injusticia en la construcción de espacios de comunicación y de relaciones simbólicas y culturales, donde Próspero proyecta su terrible sombra histórica, la UNESCO, sin la fuerza propositiva del Informe Macbride, pero todavía con leves signos de esperanza, ha dicho que en nuestra región “conviven dos polos: en uno, la gran concentración de los medios que disponen de las tecnologías; en el otro, la proliferación de los medios regionales – que con sus limitaciones resultan propiciadores del pluralismo y la democratización- y de pequeños medios comunitarios, alternativos y populares” (1995).

Calibán reclama la palabra: TELESUR, una alternativa de democratización de la comunicación y difusión de las culturas

Pese a que Próspero parece imponerse todavía en América Latina, desde el proyecto TeleSUR los Estados accionistas, sus comunicadores, productores y colaboradores intentan rescatar una de las recomendaciones fundamentales del Informe Macbride: la cooperación internacional para el establecimiento de nuevos paradigmas de comunicación, en los que sean reconocibles las identidades latinoamericanas.

La nueva cadena de televisión inició sus transmisiones a finales de mayo del 2005 y nació, según la visión de sus promotores, para “poner el talento y la más avanzada tecnología al servicio de la integración de las naciones y pueblos de Latinoamérica y el Caribe (...), difundir sus propios valores, divulgar su propia imagen, debatir sus propias ideas y transmitir sus propios contenidos, libre y equitativamente” (Aharonian 2005).

Este objetivo es considerado como una prioridad estratégica, para hacer frente a “la ofensiva de pensamiento e imagen únicos, que es lo que transmiten los medios de comunicación comerciales, nacionales y transnacionales”, y para cumplir con lo que los responsables de TeleSUR definen como “la urgencia de vernos con nuestros propios ojos y dar soluciones propias a nuestros problemas” (Garat, 2005).

Aquí es posible encontrar puntos de continuidad entre la televisora latinoamericana y las recomendaciones del Informe Macbride de la UNESCO. Precisamente, Gabriel García Márquez, en calidad de miembro de la Comisión redactora de ese documento, afirmó que:

Unas estructuras más democráticas de comunicación constituyen una exigencia nacional e internacional para los pueblos de todo el mundo (...). La quiebra del poder concentrado en las manos de los intereses comerciales o burocráticos es un imperativo universal, y reviste una importancia especialmente crucial para los países del Tercer Mundo. (UNESCO, 1980: 263)

Desde esta perspectiva, TeleSUR señala un rumbo para otras iniciativas que aspiren a convertirse en alternativas al cuasi monopolio informativo mundial ejercido por las grandes empresas con presencia global. Precisamente, desde ese esfuerzo por democratizar las comunicaciones surge, hoy, el grito de Calibán: este personaje –individual y colectivo a un mismo tiempo- que intenta revertir los 515 años de entrenamiento para vernos con otros ojos, al decir del escritor Eduardo Galeano, y cuyo reclamo se materializa y expresa en los nuevos movimientos sociales, en los gobiernos progresistas de la región que intentan poner en marcha transformaciones en sus países, y en los grupos humanos invisibilizados que ahora reivindican sus identidades, sus luchas, sus realidades, en suma, sus culturas.

A partir de las distintas fuentes consultadas (Aharonian, 2005; Altarriba, 2005; González, 2005; Serrano, 2006a), es posible identificar las características de la propuesta de comunicación de TeleSUR: un modelo de televisión pública/estatal, participativa, que procura un rescate de la memoria histórica, las tradiciones y la cultura latinoamericanas, proveyendo a su público información contextualizada y productos audiovisuales (reportajes, entrevistas, noticiarios, cine y documentales – estos dos últimos ocupan el 55% de la programación-) a partir de su propia agenda informativa.

Su sistema de producción es horizontal (lo que establece una diferencia con los esquemas verticales de producción de las grandes cadenas comerciales privadas, como CNN, FOX, NBC), organizado como una amplia red informativa regional, en virtud de corresponsalías, acuerdos con televisoras nacionales, universidades, grupos de la sociedad civil y productores independientes. Los materiales de estos proveedores son enviados a la sede central en Caracas, donde se organiza la programación. De acuerdo con Altarriba:

la producción y la programación no tiene absolutamente nada que ver con el capital accionario. La dirección del canal está formada por siete profesionales latinoamericanos, comunicadores o del mundo audiovisual, que están puestos por su experiencia y por su adhesión al proyecto (2006).

Esta caracterización de TeleSUR, que toma en consideración los objetivos y estrategias de trabajo de la televisora, coincide con los criterios de Lago y Marotias quienes definen comunicación alternativa como aquella que:

...surge a partir de la toma de conciencia de la estructura de propiedad, control y contenidos de los medios masivos de comunicación. Se opone a la verticalidad, a la imposibilidad de responder a los mensajes emitidos y a la organización piramidal de los medios tradicionales, tanto privados como públicos. (...) Muchas veces esto se encuentra acompañado de un proyecto político tendiente a fomentar la participación y la igualdad en la toma de decisiones (2006).

La dimensión política es un componente fundamental en la concepción de la televisora multiestatal suramericana, pues su propuesta como medio contrahegemónico se inscribe en el contexto del proceso político-cultural en que está inmersa Venezuela desde 1998 (la Revolución Bolivariana), y que alcanza a otros países latinoamericanos, especialmente a sus Estados accionistas.

No en vano, en mayo del 2005, con tan solo una semana de iniciados los trabajos de ajuste técnico, y sin que su programación estuviese al aire, el presidente del Comité de Relaciones Exteriores del Senado de los Estados Unidos, Richard Luggard, condenó a priori a la televisora multiestatal por considerar que era “un instrumento de la política autoritaria de (Hugo) Chávez” (Maira, 2005), sugiriendo que el Presidente venezolano ejercería control absoluto sobre los contenidos de la programación. Tres meses después, el congresista republicano del estado de Florida, Connie Mack, propuso el lanzamiento de emisiones de radio y televisión con información *objetiva*, hacia Venezuela, para contrarrestar las informaciones emitidas por TeleSUR, a la que acusaba de propagar *una retórica en contra de la libertad*.

Tal y como lo hemos planteado, la comunicación social en América Latina se desarrolló, históricamente, muy cerca de los grupos hegemónicos conservadores de nuestros países y, en consecuencia, con una clara orientación político-ideológico. Lejos de cumplir su papel como instrumentos de control social de los ciudadanos sobre el poder, los grandes medios –salvo las excepciones de rigor– por lo general han actuado más como mecanismos del poder para ejercer el control sobre la sociedad.

Por eso Pascual Serrano (2006a) considera que:

...si las revoluciones sociales buscan que los movimientos y los líderes ciudadanos sean los que lleguen al poder y democratizen las sociedades, **las revoluciones informativas también deben aspirar a derrocar el modelo vigente de comunicación, dominado por grandes emporios económicos. Es decir, que los actuales alternativos se conviertan en hegemónicos** (El resaltado no es del original).

Parte de esta revolución de la que habla Serrano se debe llevar a cabo en el ámbito de la cultura. Y aunque es claro que la historia de la cultura latinoamericana, “una de las más ricas y vigorosas del mundo moderno y también una de las más dinámicas” (Ospina, 2005), no comienza con TeleSUR, lo cierto es que *este proyecto sí establece un hito en cuanto a difusión y rescate de nuestras identidades*.

Esto se aprecia en la calidad de los contenidos y en la organización de la programación de TeleSUR, que se divide en cuatro grandes ejes: el informativo, el de entretenimiento, el rescate y difusión de la cultura latinoamericana y el de

política y opinión. La programación de la televisora responde a lo que Aharonian explica como la necesidad de mostrarnos como un mundo diverso y plural, que “existe en technicolor”, no solo en blanco y negro. Se trata de una propuesta que se contrapone a la de los medios de comunicación comerciales, que “en el mismo envase nos dan información, publicidad y cultura de masas (entretenimiento), con el mismo mensaje simplista, reductivo, transculturalizador” (Garat, 2005).

Actualmente es posible acceder al canal TeleSUR tanto a través de su señal televisiva satelital, como de su sitio en Internet (www.telesurtv.net). Aquí es digno de resaltar el esfuerzo realizado por los Estados accionistas de la televisora para dotarla de los recursos financieros y técnicos necesarios para romper con la barrera tecnológica, que tradicionalmente ha sido uno de los principales obstáculos para que los medios alternativos se consoliden y lleguen a un público muchísimo más amplio.

Pese a que distintos sectores han formulado críticas con respecto del financiamiento estatal (fondos públicos) de TeleSUR, en las condiciones actuales de América Latina, y con las consecuencias derivadas de los procesos de privatización de las últimas décadas, se observa un importante consenso en cuanto a la idea de que esta es la vía más adecuada para que un medio alternativo salga de la marginalidad y lleve adelante, al menos en sus primeras fases, un proyecto de las dimensiones de esta televisora. Aún más, el financiamiento estatal todavía resulta insuficiente para competir, en igualdad de condiciones, con los grandes grupos de la comunicación y la información mundial. Como lo demuestra Lambert (2005), solo para el año 2001 la cadena CNN disponía de un presupuesto de \$700 millones, mientras que TeleSUR inició sus operaciones en el 2005 con apenas \$2,5 millones, es decir, 300 veces menos dinero.

Más allá de esa discusión, es preciso reconocer que la creación de la televisora multiestatal ha traído a la palestra un tema, el de la comunicación social democrática, oficial y oficiosamente relegado al olvido durante las últimas décadas, en las que el recrudescimiento del modelo de desarrollo neoliberal en la región restó importancia, cuando no descartó del todo, las discusiones en torno a temas como la alta concentración de la propiedad de los medios en América Latina, el uso político-ideológico de la información, la producción y difusión de un discurso de y desde lo latinoamericano como oposición al discurso hegemónico globalizador, y la función que deben desempeñar los Estados en el desarrollo de sistemas de comunicaciones pluralistas y que fortalezcan la diversidad de las identidades culturales (no solo de la *identidad nacional* y su peculiar elaboración histórica y simbólica).

La estructura de la TeleSUR, como un sistema que se nutre de una amplia y diversa red informativa, con representantes de numerosos sectores de la sociedad civil, es consecuente con el objetivo de crear una televisión pública, participativa y pluralista. Además, aprovecha las potencialidades y flexibilidad que caracterizan a

este tipo de organización, y vincula directamente a productores y público con los procesos de integración y construcción de un imaginario común latinoamericano (una *comunidad imaginada* continental), a los que responde la televisora.

Precisamente, esta característica de la organización reticular, que aprovecha y complementa las fortalezas de los actores, a la vez que minimiza sus carencias o debilidades, debe ser emulada y aprovechada por otras iniciativas de comunicación en nuestra región, en especial en aquellos países en donde los obstáculos para la difusión de TeleSUR, y en general para la creación de espacios alternativos, se encuentran más exacerbados.

En cuanto a la construcción de un nuevo orden informativo, y específicamente de un espacio audiovisual latinoamericano, un proyecto de este tipo corre el riesgo de fracasar si solo aspira a conquistar mayor porcentaje del poder mundial existente en la esfera de la industria de la comunicación y la cultura. Esta es una amenaza latente para TeleSUR, si reduce su acción solo a una batalla ideológica, relegando a un segundo plano la imperiosa necesidad de transmitir y difundir los rasgos intransferibles de nuestra forma de ser y estar en el mundo.

Uno de los principales retos de la televisora, entonces, consiste en hacer más visibles a los pueblos latinoamericanos en su diversidad cultural, su riqueza social y aún en sus contradicciones, para construir, desde esos intercambios, propuestas culturales transformadoras del entorno. Esta sería, quizá, su mayor contribución para combatir la desigualdad Norte/Sur, desarrollo/subdesarrollo, en la comunicación social.

Esta misión que está llamada a desempeñar TeleSUR, aunque esperanzadora desde una perspectiva democrática, enfrenta serias limitaciones, entre ellas la de abrir un espacio para lo *latinoamericano*, en un mercado de la televisión controlado por empresas privadas. Como lo explica Aharonian (2005): “podemos tener centenares de medios comunitarios, pero si el 93% de la audiencia está controlada por una estructura monopólica de los medios corporativos, será poco lo que habremos avanzado en la dirección de la democratización”.

En este sentido, es preciso reconocer que el complejo escenario político latinoamericano (de creciente antiimperialismo, oposición al modelo de libre comercio, ascenso de movimientos sociales, expansión de la influencia de la Revolución Bolivariana, entre otros) condiciona, en diversos aspectos, las expectativas de crecimiento y consolidación de TeleSUR.

Corresponderá a los responsables ejecutivos y periodísticos de la televisora crear un estatuto de autonomía respecto de la propiedad pública/estatal, que garanticen la independencia, la pluralidad y el carácter democrático del medio. De lo contrario, podría reproducir los vicios que se acusan en los grandes medios de comunicación hegemónicos identificados con la globalización neoliberal.

A manera de epílogo

En 2010, TeleSUR celebró cinco años de transmisiones para nuestra región y, recientemente, también para el resto del mundo, gracias a la difusión de su señal por medio del satélite venezolano Simón Bolívar.

Para dimensionar la importancia de un proyecto de esta naturaleza, basta con recordar que las primeras emisiones de TeleSUR salieron al aire antes que Evo Morales, Daniel Ortega, Rafael Correa, Manuel Zelaya, Fernando Lugo, Álvaro Colom o Cristina Fernández asumieran la presidencia de sus países. En Cuba, no se producía aún la renuncia de Fidel Castro a la presidencia del Consejo de Estado, ni la elección de su hermano Raúl para sucederle.

La Alternativa Bolivariana para los Pueblos de Nuestra América daba sus primeros pasos, acercando a Cuba y Venezuela mediante mecanismos de cooperación que desafiaban la lógica de la globalización neoliberal y el pensamiento único, incapaz de concebir nada más allá del “libre comercio” y la maximización de las ganancias financieras. Y faltarían todavía tres años para que la Unión de Naciones del Sur fuese una realidad.

Aún más, *lo aceptado* en referéndum democrático y con masivo apoyo popular de las nuevas constituciones de Bolivia y Ecuador, no pasaba de ser un sueño que nutría las luchas de los pueblos indígenas, los movimientos sociales y los sectores políticos más progresistas de estos países.

Este recuento de acontecimientos, que en un plazo menor a los cinco años se han sucedido unos a otros, vertiginosamente, como una inédita corriente expansiva, ilustran a cabalidad eso que el presidente ecuatoriano Rafael Correa definió en una ocasión como “el fin de la larga noche neoliberal”, o lo que ya conocemos en forma más generalizada como el *cambio de época* en nuestra América.

A través de la cobertura periodística, la señal televisiva y su sitio en Internet, TeleSUR ha sido parte y le ha mostrado al mundo ese *otro lado de la realidad* social y política de nuestra región: el del despertar de los pueblos, el del protagonismo de los históricamente oprimidos y el renacer de muchas tradiciones culturales y políticas subalternas, sistemáticamente excluidas de la construcción de la realidad que presentan y difunden los medios de comunicación hegemónicos (como lo presenciamos durante varias semanas cuando TeleSUR, en exclusiva, llevó a todos los confines las imágenes del golpe de Estado en Honduras y la resistencia popular, frente a una sospechosa indiferencia de las grandes cadenas de televisión comerciales).

A pesar de los obstáculos que todavía enfrenta su señal para difundirse en los sistema de televisión pública abierta en buena parte de la región –por prejuicios ideológicos, presiones políticas o por factores económicos–, la contribución de TeleSUR ha sido invaluable en dos sentidos: uno, en la construcción de un espacio de comunicación (audiovisual) propio, no controlado por los grandes

conglomerados globales –aunque con clara influencia de los Estados accionistas-; y el otro, en la forja de una suerte de nueva *comunidad imaginada latinoamericana*, que acompaña con interés, entusiasmo, solidaridad –y hasta con dolor, a veces- los procesos políticos *nuestroamericanos*.

Hoy, en medio de tensiones y complejos procesos socio-políticos en el continente, la existencia de TeleSUR plantea, una vez más, el imperativo de la construcción de un nuevo orden internacional de la comunicación, como condición para proteger la diversidad cultural de los pueblos y democratizar los flujos mundiales de información, de manera especial en el contexto de la globalización neoliberal. Evidentemente, hay aspectos de este proyecto de comunicación que deben revisarse y someterse a la crítica. Sus propios fundadores han señalado objeciones sobre su funcionamiento que no deben ser desestimadas (el propio Aram Aharonian fue sumamente crítico de la actual dirección periodística del proyecto, en una entrevista realiza por la revista Mundo Hispano)⁴. Sin embargo, en la actual coyuntura, y en una perspectiva histórica de la comunicación social en América Latina, el balance sin duda es positivo.

Quizá el mayor acierto de TeleSUR, en nuestra opinión, es que no ha perdido de vista la línea de reivindicaciones sociales, culturales y democráticas que forman parte de su propuesta original, y que de hecho constituyen la esencia de su carácter alternativo. O dicho en términos de Fernández Retamar, compañero de viaje en este estudio sobre la comunicación y las identidades en América Latina, el proyecto no ha perdido de vista que nuestra historia y nuestra cultura, no pueden ser otras sino las de Calibán: la historia y la cultura de su resistencia y liberación.

⁴ Véase: “TeleSUR está tomada por ineptos, contrarrevolucionarios en el amplio sentido de la palabra”, en: <http://alainet.org/active/27533&lang=es>

Referencias bibliográficas

- Aharonian, Aram (2005). "TELESUR: un canal para la integración", en La ventana – Revista Cultural (edición digital). Ver en: <http://laventana.casa.cult.cu/modules.php?name=News&file=article&sid=2642>.
- Altarriba, Laia. y Lucas, Marco. (2005). "Por primera vez nos miramos con nuestros propios ojos", en LAccent/LAvanç, tomado de: www.rebelion.org, 23 de setiembre.
- Barrios Puga, Arturo (2006). "Ciberperiodismo e identidad cultural. Oportunidad y desafío". Unidad Académica de Ciencias Jurídicas y Sociales, Universidad Autónoma de Tamaulipas, México. Consultado en: <http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/anteriores/n49/bienal/Mesa%209/arturobarrios.pdf>
- Bermúdez, Emilia (2002). Procesos de globalización e identidades. Entre espantos, demonios y espejismos. Rupturas y conjuros para lo "propio" y lo "ajeno", en Mato, Daniel (coord.): Estudios y otras prácticas intelectuales latinoamericanas en cultura y poder. Caracas: Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales (CLACSO) y CEAP, FACES, Universidad Central de Venezuela. Pp. 79-88.
- Fernández Retamar, Roberto (2004). Todo Calibán. San José, CR: Editorial de la Universidad de Costa Rica.
- Fuenzalida, Valerio (2001). "La TV como industria cultural en América Latina, en revista Pharos, Nº 1, vol. 8, Mayo-Junio. Santiago de Chile. Pp. 3-45.
- Gallegos, Luis (2006). "Reflexiones sobre comunicación global y local e identidad cultural en Chile", en Diálogos de la comunicación, Universidad de Santo Tomás, Chile. Pp. 68-79. Consultado en: http://www.dialogosfelafacs.net/dialogo_epoca/pdf/56-06LuisGallegos.pdf
- Garat, Guillermo (2005). "La televisión al servicio de la identidad. Entrevista a Aram Aharonian, publicado en: <http://mirandoalsur.blogia.com/temas/TeleSUR.php>, 12 de marzo de 2005.
- González, Jorge (2005). "TeleSUR convoca a productores y realizadores independientes". Tomado de: www.rebelion.org, 5 de agosto de 2005.
- Herman, Edward y McChesney, Robert (1999). Los medios globales. Los nuevos misioneros del capitalismo corporativo. Madrid: Ediciones Cátedra.

- Lago, Silvia y Marotias, Ana (2006). "Los movimientos sociales en la era de Internet", en Revista Razón y Palabra, N° 54. México DF. Tomado de: <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n54/lagomarotias.html>
- Lambert, Robert (2005). "TeleSUR: el Sur se arma para acabar con el monopolio mediático del Norte", en: <http://www.acrimed.org/article2220.html>, 20 de diciembre de 2005.
- Maira, Antonio (2005). "¿Bombas contra Tele-SUR?", publicado en: <http://www.rebellion.org/noticia.php?id=15943>, 3 de junio de 2005.
- Martín-Barbero, Jesús (1998). De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía. Santafé de Bogotá: Convenio Andrés Bello.
- Mastrini, Gustavo y Becerra, Martín (2003). "50 años de concentración de medios en América Latina: del patriarcado artesanal a la valorización en escala", en Revista Digital Sala de Prensa, edición agosto, N° 58, año V, vol. 2. Ver en: www.saladeprensa.org
- _____ (2006). Periodistas y magnates. Estructura y concentración de la propiedad de las industrias culturales en América Latina. Buenos Aires: Instituto Prensa y Sociedad.
- Mattelart, Armand (2003). "La información contra el Estado", en Ramonet et al. Nuevas tecnologías y concentración de los medios. La prensa, ¿refleja la realidad? Santiago de Chile: Editorial Aún creemos en los sueños.
- Mayorga, Alberto y Sepúlveda, Jassna (2005). "Aproximaciones a los medios de comunicación en la lógica de la comunicación internacional, desde la perspectiva latinoamericana de la información", en Revista Ámbitos, N° 13-14, Santiago de Chile. Pp. 233-245.
- Montiel, Edgar (2003). "El nuevo orden simbólico: la diversidad cultural en la era de la globalización", en Revista Literatura y Lingüística, N° 104. Universidad Católica, Santiago de Chile. Versión digital.
- Ospina, Guillermo (2005). "Soñando desde el sur", publicado en <http://mirandoalsur.blogia.com/temas/TeleSUR.php>, 30 de julio de 2005.
- Ramonet, Ignacio (2001). La tiranía de la comunicación. Barcelona: Editorial Debate.
- Sánchez Ruiz, Enrique (2006). "Industrias culturales, diversidad y pluralismo en América Latina", en Cuadernos de Información y Comunicación, vol. 11. Madrid: Universidad Complutense de Madrid. Pp. 207-221. Disponible en: <http://redalyc.uaemex.mx/pdf/935/93501114.pdf>

Schlesinger, Philip y Morris, Nancy (2006). "Las fronteras culturales. Comunicación e identidad en América Latina". Red Iberoamericana de Ciudades para la Cultura- UNAM. Tomado de: <http://www.redinterlocal.org/spip.php?article78>

Serrano, Pascual (2006a). Una nueva forma de informarse: los medios alternativos, en Revista Éxodo, nº 84. Madrid. Disponible en: <http://www.rebelion.org/noticia.php?id=33336>

_____ (2006b). TeleSUR: una alternativa a la hegemonía mediática. Intervención en el VI Foro Social Mundial. Caracas, 26 Enero 2005. Tomado de: www.rebelion.org, 29 de enero.

Solís, Manuel y González, Alfonso (1998). La identidad mutilada. San José, Costa Rica: Editorial de la Universidad de Costa Rica/ Instituto de Investigaciones Sociales.

UNESCO (1980). Un solo mundo, voces múltiples. Hacia un nuevo orden mundial más justo y eficaz de la Información y la Comunicación. México: Fondo de Cultura Económica.

_____ (1995). Medios de comunicación y democracia en América Latina y el Caribe. Santiago de Chile: Ediciones UNESCO. Uribe, Hernán (2006). "TeleSUR": un paso de gigante contra la desinformación, en: <http://www.adital.org.br/site/noticia.asp?lang=ES&cod=17845>.

Vergara, Enrique (2006). "Medios de comunicación y globalización: ¿destrucción o reconstrucción de identidades culturales?", en: Análisi, Nº 33, Facultad de Comunicación y Letras - Universidad Diego Portales. Santiago de Chile. Pp. 95-105.