

TELESUR: con la brújula en la historia y la identidad de nuestros pueblos

***Dra. Nereyda E. Moya Padilla,
MSc. Juana Ma. Brito Delgado***

Universidad de Cienfuegos “Carlos Rafael Rodríguez”

Una de las más importantes creaciones de la industria cultural de hoy en la producción de la información de masas, es lo que se reconoce como noticiabilidad, es decir dentro de los fenómenos de la vida cotidiana, el aparato de información debe seleccionar y reconocer aquellos acontecimientos, que están aptos para transformarse en noticias. “La noticiabilidad está constituida por el conjunto de requisitos que se exige a los acontecimientos, desde la óptica de los aparatos informativos y desde la profesionalidad de los periodistas, para transformarse en noticias.” Wolf, 116. Es el conjunto de elementos que permiten al aparato informativo controlar y gestionar la cantidad y tipo de acontecimientos que se pueden comprender como valores /noticias.

La consideración de lo que es noticiable o no, cae entonces en los planos de la subjetividad y los intereses de los grupos de poder que dirigen en su mayoría ¿Qué decir?, ¿Cómo reflejar?

Los estudios realizados sobre el tema apuntan a las siguientes tipicidades:

1. Fragmentación de las imágenes y de los contextos en las que estas se desenvuelven.
2. Yuxtaposición de acontecimientos/ noticias.
3. Alto nivel de superficialidad y descontextualización.

La cobertura informativa se convierte en un elemento de distorsión de los contenidos de los medios, si se toma en cuenta que deben traspasar el umbral de lo subjetivo, es decir de las valoraciones, percepciones, nivel de compromiso y responsabilidad social del periodista, deben emitirse con la necesaria celeridad que permita obtener la primicia noticiosa, pero lo más importante es que no deben transgredir los patrones establecidos por los seleccionadores (gatekeeper).

Estos seleccionadores, que pueden funcionar de manera individual o colectiva se constituyen en zonas filtros, o porterías de la información que determinan ¿Qué sucesos tienen los valores suficientes y necesarios para transformarse en noticias?, ¿Cómo reflejarlas? y ¿Cómo responder a los intereses del “gran público”?

Esto es lo que determina que de forma general un mismo suceso sea transmitido de forma mecánica y repetitiva por diversos emisores, pues no se asumen los verdaderos ideales y necesidades sociales para la selección, sino el sentido pragmático del grupo de redacción.

Tal y como refiere Ramonet en “Propagandas Silenciosas”, el objetivo de los medios ya no es “informar, educar y distraer”, ahora se transforma con la llegada de Internet, en “vigilar, anunciar y vender”, a lo que es necesario agregar, desinformar, confundir y dominar.

Es el dominio carismático, que transforma a una agresión en una ayuda humanitaria, a un asesino y terrorista en luchador por la libertad y a los que luchan contra la ingerencia extranjera, en terroristas.

Todo este andamiaje se inserta en lo que se conoce como Cultura de Masas, que va más allá del simple vínculo con los medios de comunicación masiva, aunque a ellos debe su existencia, es el aspecto culturoológico de la “sociedad de masas”, responde a una estrategia de socialización del individuo en las condiciones del capitalismo contemporáneo. Su objetivo es lograr una homogeneización cultural que elimine lo que ellos llaman subcultura, o zonas locales de la creación dentro del cauce principal de la cultura, esto visto así podría parecer adecuado, pero realmente estas no son más que reflejo de las identidades locales y expresión de la creatividad de las masas.

La Cultura de Masas, constituye un sistema especial de signos en los que se basan las comunicaciones en la “sociedad de masas”, sobre la base de lo foráneo, de la enajenación, de la mixtificación de los valores, de la superficialidad, es en esencia la imposición a la personalidad de un conjunto de valores que la adaptan al sistema social dado y un medio para la cimentación de esta sociedad.

Los medios de comunicación masivos, cine, radio, TV, prensa, en sí mismos no implican ya la masividad, más que la causa deben ser entendidos como los instrumentos, los canales para elaborarla, a su vez se vincula a otros elementos del entramado social contemporáneo en que estos medios se entrecruzan como son:

1. **Dependencia al mercado:** la satisfacción de las necesidades personales y sociales pasa inexcusablemente por el mercado, es un fenómeno del que en las condiciones contemporáneas no es posible sustraerse, ahora bien la cultura del mercado, el consumismo y la exacerbación de su significado social se acentúa y profundiza a través de los medios, de forma directa o por la llamada información subliminal, diseñándose un individuo consumista por excelencia, lo que conduce a complementar las funciones de la cultura de masas.
2. **Dependencia de la organización:** la fascinación por el mercado se entrelaza con la posición social que pretende lograr el individuo en la organización, la difusión masiva contribuye a modelar un individuo preocupado por una posición social que lo distinga, lo que provoca generalmente enajenación.
3. **Dependencia Tecnológica:** Tal es el lugar y papel de la tecnología en las condiciones de hoy que algunos autores refieren “la tecnología atrincherada”, lo que nos da una idea acertada de la dependencia que ella genera y unido a ello la desorientación y la ansiedad, si tenemos en cuenta que una de las características de estas tecnologías es la prematura obsolescencia, generando que constantemente se renueven los “artefactos” lo que trae consigo un afán desmedido de los individuos por ellos.

Estos elementos se entrelazan y generan que las necesidades existenciales del individuo prevalezcan sobre las necesidades sociales, y al mismo tiempo el hombre diluye su verdadera esencia social, cumpliéndose con los objetivos de la cultura de masas. De ahí se deriva la uniformidad de las situaciones sociales de los individuos y las estructuras de sus necesidades en un grado tal que puedan ser atendidas por un solo sistema cultural, tal y como se plantea al pretender borrar la subcultura.

La Cultura de Masas cumple por tanto un conjunto de funciones como:

- a) Sentar los cimientos de la sociedad de masas.
- b) Integrar a la masa a esta sociedad.
- c) Infundir en ella la conciencia burguesa por medio de clichés y conceptos manidos.

En respuesta a esta situación y dentro de las alternativas surgidas con el ALBA de enfrentamiento al colonialismo cultural y a la neohegemonía del imperialismo, aparece TELESUR, con el propósito de ofrecer una propuesta televisiva amplia, variada y agradable para todos los públicos, con el axioma de la divulgación de la verdad.

Surgida en los marcos de la “tecnociencia” o de la “Tercera Revolución Industrial”, tiene objetivamente que asimilar los cánones establecidos por los mass medias, que en la época actual se conforman en su gran mayoría por megagrupos que controlan y concentran a las grandes firmas, este canal televisivo asume el reto de enfrentar a estas grandes corporaciones de la comunicación y la noticia.

Ubicada en Venezuela, TELESUR, responde a la evidente necesidad latinoamericana de “contar con un medio que permita, a todos los habitantes de esta vasta región, difundir sus propios valores, divulgar su propia imagen, debatir sus propias ideas y transmitir sus propios contenidos, libre y equitativamente.”

Está constituida como una sociedad multiestatal y conformada por una red de colaboradores provenientes de cada rincón del continente, es un canal que transmite las 24 horas, por enlace satelital desde Caracas, y se sufraga con capitales de Brasil, Cuba, Venezuela, entre otros.

“Vernos es conocernos, reconocernos es respetarnos, respetarnos es aprender a querernos, querernos es el primer paso para integrarnos. Si la integración es el propósito, TELESUR es el medio.”

Definidos desde su propia imagen corporativa, en su misión y visión los elementos más significativos y recurrentes a los que se alude, es a la defensa de la Identidad Cultural, es decir a un conjunto de elementos comunes que en el plano de la cultura tipifican a grupos humanos y a individuos, autoconciencia de sí, ámbitos comunes de concreción y materialización de la cultura y al proceso de creación, producción y construcción de sí mismo y del otro que se realiza en la actividad social de los sujetos.

Son igualmente recurrentes las diversas tendencias, dimensiones y direccionalidad con que se interpreta la Identidad Cultural, a lo que se unen las diferentes perspectivas desde las que se ha definido el concepto. “Pluralidad de voces, variedad de enfoques. La inconmensurable diversidad de un continente y su imaginario. Más que una señal, TELESUR es un punto de encuentro, un espacio para (re)conocerse, comprenderse e integrarse...”

En su programación se reconocen los elementos que distinguen a toda una región que es “... una porción de la superficie de la tierra que posee un carácter distinto, una estampa creada por los habitantes que constituyen su cultura particular... Sus habitantes comparten un sentimiento de identidad común con el lugar, así como uno con otro...”. (Jácome, 1998: 438).

Por ello se compone de una amplia variedad de temas y áreas de interés. “Historia y geografía, crónicas de resistencia, lo académico y lo alternativo, reivindicaciones, ciencia y tecnología, la etiqueta y lo informal, arte y cultura, música, cine, danza, teatro, literatura, fotografía, plástica, los que gritan y los que callan, lo visto y lo invisible, lo divino y lo mundano, razones y pasiones, lo probado y lo experimental, medicina y naturismo, superdotados y supercherías, nuevas tendencias, movimientos sociales, denuncias, creación, los medios comunitarios, los cortos y los largos, biodiversidad, el turismo y la vagancia, lo urbano y lo rural, tradiciones, ritos y costumbres, artesanos, obreros, campesinos, oficinistas, estudiantes, desempleados, jubilados, ficciones y documentales, Derechos Humanos, lo manifiesto y lo tácito, personas y personajes, lo colectivo y lo particular, cooperativismo, ética y estética...”

Tal y como el propio director del canal expresa se trata, en suma, de generar espacios de articulación, distribución y producción colectivas, potenciando así una red de información plural, balanceada, profesionalmente elaborada en forma y contenido, capaz de competir con los oligopolios que acaparan la dinámica de la comunicación. En su programación los informativos se mantendrán las 24 horas, haciendo posible una competencia real y leal con otros medios.

Una de las más importantes materializaciones del ALBA y toda la estrategia política del continente en sí, están siendo difundidas por TELESUR, que es sin dudas, el proyecto político y estratégico de una

región que si en los años 1980 perdió su década, está hoy dispuesta a demostrar que se ha reencontrado en el nuevo milenio y está en vías de consolidación de su democracia, luego de décadas perdidas no solo en lo económico sino en lo social, por el progresivo vaciamiento -y privatización- de los Estados nacionales.

La construcción de un medio de comunicación audiovisual hemisférico, con la misión de difundir una versión real de la diversidad social y cultural de América Latina y el Caribe, no solo será el reflejo que el mundo recibirá de la región, sino un impulso a todas las estrategias de cambio.

“TELESUR es una herramienta para coadyuvar a la integración latinoamericano-caribeña y a la vez la alternativa a la hegemonía comunicacional, al pensamiento y la imagen únicas”.

Enfrentar la dictadura mediática, es oponerse a los grandes grupos económicos que usan a los medios, para contaminar la información con una serie de medias verdades demostrables factualmente. Por ello TELESUR se asienta en el factor histórico, que es la base de la conformación de la conciencia o memoria histórica, y por ello resulta vital e insustituible. Los puntos de convergencia que hacen definir a los sujetos su sentido de pertenencia, lo que se ha expresado como la mismidad o la otredad, comienzan a asumirse desde la historia, que no es precisamente lo que encontramos en los sujetos conectados por determinados artefactos reconocidos como tecnología de punta en los medios de comunicación e información contemporáneos.

Es decir los medios tecnológicos generados en la tercera ola, son intercomunicantes por excelencia pero no logran suplir la significación del contexto histórico social, nos adjudicamos el criterio de que “la civilización de la tercera ola descansará sobre medios interactivos y “desmasificados”, introduciendo una imagería sumamente diversa y a menudo altamente despersonalizada dentro y fuera de la corriente central de la sociedad.” (Toffler, 1980: 341)

En los pilares de TELESUR, la asimilación de los fundamentos históricos que en su conjunto conforman la Identidad Cultural, nos permiten asumirnos como una verdadera región, concepto en el que se generalizan y concretan las relaciones básicas y esenciales que identifican o diferencian a individuos y grupos humanos a través de los que se puede discernir una identidad peculiar y específica.

Este elemento no se encuentra de hecho en la base de la conexión a la Red, y menos aún en los grandes medios, donde no se crea pensando en fomentar la integración. Se trabaja esencialmente para solidificar la balcanización, fomentar el odio étnico y racial en lo que se ha dado en llamar choque de civilizaciones. Se utiliza el carácter global de los medios y la interconexión de individuos de diferentes regiones, cada una con sus distintivas características y por tanto no los une el entorno socio histórico que es la base de las representaciones, las ideas, los puntos de vista, sentimientos, estados de ánimo e idiosincrasias que aprehendidas en su conjunto conforman lo identitario.

El nuevo canal hemisférico sitúa en el lugar que le corresponde al factor geográfico ya que las condicionantes naturales, sin asumir posiciones fatalistas, ni deterministas, inciden directamente en costumbres como la alimentación, la estructura y organización del espacio en que se vive ya sea el espacio público o privado, en las formas de vestir, en las formas de utilización de los recursos y por ello de aplicación de determinadas tecnologías, etc., en fin refiere las condiciones naturales en que se desarrollan todos los procesos identitarios, relacionando incluso a otros factores, como el histórico, lingüístico y socio psicológico.

Ninguno de estos factores pueden constatare o verificarse en las relaciones que se establecen entre los sujetos de la llamada Cibercultura, aunque reconocemos que los fenómenos asociados a la globalización planetaria son la resultante de condiciones objetivas del desarrollo de la sociedad contemporánea, lo que no niega que existan determinados aspectos que pudieran implicar, en correspondencia con los fines sociales y los intereses a que responda, una asimilación de aquellos elementos positivos del entorno global, si tomamos en cuenta que se trata de lograr el respeto no solo

de las identidades culturales sino la tolerancia por las diferencias y la aceptación de la diversidad como vía de establecer lazos entre las comunidades.

TELESUR se levanta sobre la premisa martiana, de que: “Interrumpida por la conquista la obra natural y majestuosa de la civilización americana, se creó con el advenimiento de los europeos un pueblo extraño... Es una verdad extraordinaria: el gran espíritu universal tiene una faz particular en cada continente” y reafirma que: “Toda obra nuestra, de nuestra América robusta, tendrá, pues, inevitablemente el sello de la civilización conquistadora; pero la mejorará, adelantará y asombrará con la energía y creador empuje de un pueblo en esencia distinto, superior en nobles ambiciones, y si herido, no muerto. ¡Ya revive!”

Bibliografía.

- Alonso Puelles, Antonio. Riesgos y beneficios sociales del desarrollo tecnológico/ Antonio Alonso, Nicanor Ursúa, Ignacio Ayestarán Uriz. —España: Canastia Eusko Ikaskuntza, 1995. 348p.
- Astudillo Romero, Jaime. Globalización y diversidad. Reflexiones en torno a la cultura regional./ En: Jurgen Schuldt. (et. al). Globalización: mito y realidad./ Ecuador: Editorial Tramasocial & ILDIS, sept. 1998. 39 – 55 p.
- Ashin, G. K. Acerca de la Sociedad de masas, p. 178
- Aram Aharonian. Comunicación sobre TELESUR. En INTERNET. Tomado el viernes 10 de febrero de 2006.
- Bauman, Zygmunt. Una primera nota sobre la cultura de masas: La infraestructura. / En: John Dumoulin. Cultura, sociedad y desarrollo./ La Habana: Editorial de Ciencias Sociales, 1973. 203 - 212 p.
- Bernal Alemañy, Rafael. Acerca de una cultura de la resistencia. Coordenadas (La Habana) 3 (3): 8, del 2000.
- Bonfil Batalla, Guillermo. Pensar nuestra Cultura/ Guillermo Bonfil. México: Alianza Editorial, 1992.- -172 p.
- Cirnoli, Mario y Giovanni Dosi. De los paradigmas tecnológicos a los sistemas nacionales de producción e innovación. Comercio Exterior (México) 44, (8) : 669-682, agosto de 1994.
- Dos Santos, Theotonio. Cultura y dependencia en América Latina: Algunos apuntes metodológicos e históricos. / En: Pablo González Casanova (Coordinador).
- Cultura y Creación Intelectual en América Latina./ La Habana: Editorial de Ciencias Sociales, 1990. – 159 – 165 p.
- Fernández Font, Mario. Los nuevos patrones del desarrollo tecnológico./ En: Innovación y competitividad. México: FESCARIBE, 1997.- p. 47 – 53.
- Guadarrama González, Pablo. Desafíos culturales de la Globalización. ISLAS (Cuba) 41 (122): 114 – 127, octubre – diciembre de 1999.
- León Jacomino, Fernando. Para un debate posible sobre masificación, institución y Vanguardia. Coordenadas (Cuba) IV(4): 4, del 2000.
- Martí en la Universidad. Los códigos nuevos. Editorial Felix Varela , La Habana, 1999.
- Masificación de la cultura contra cultura de masas. Coordenadas (La Habana) 4 (3): 1, del 2000.
- Moya Padilla, Nereyda. Algunos aspectos teórico metodológico en torno a la Identidad Nacional. 1992, 67 p. (Inédito)
- . Las Ciberidentidades: Efecto de la globalización tecnológica. <http://www.Filosofia.cu>. Enero de 2002.
- . Ética e Identidad. En: Historia y Destino. Memoria del II Taller de Pensamiento Cubano. – La Habana: Ediciones CREAT, 1996, pp. 94 –96.

- . La identidad cultural en el contexto actual/ En: Filosofía y Sociedad.- La Habana: Editorial Félix Varela, 2000, T. I, p. 258 – 262.
- . Identidad Nacional y Culturas Populares/ Cuadernos del CEPLA (Chile)Vol. IV (4): 39 – 46, 1996.
- . La transculturación en Fernando Ortiz: vigencia y actualidad/ Cuadernos del CEPLA (Chile) Vol. V(5): 33- 42, 1997.
- . Visión cultural de la tecnología/ Ciencia y Sociedad (Santo Domingo) Vol. XXV (2): 244 – 258, abril – junio 2000.
- . Masificación de la Cultura vs. Cultura de Masas: a propósito de una estrategia cultural/ Revista Cuba Socialista (Cuba): (20): 26 – 36, marzo de 2001.
- Navarro Desiderio. La cultura de masas. Semiótica, sociología y praxis social. En:/ Desiderio Navarro . Cultura y Marxismo. Problemas y polémicas./ La Habana: Editorial Letras Cubanas, 1986.— 50 – 97.
- Prieto, Abel. Vanguardia y masividad. Coordenadas (La Habana) 4 (6): 4-5, junio 2000.
- Programación cultural: desaciertos y proyecciones. Coordenadas (La Habana) 4 (4): 1 del 2000.
- Ramonet, Ignacio. Propagandas Silenciosas. Editorial Arte y Literatura, 2002, 202 p.
- Ribeiro, Darcy. Cultura y enajenación.- En: Zemelman, Hugo (coord.) Cultura y política en América Latina./ Hugo Zemelman.- México: Siglo Veintiuno Editores & Universidad de las Naciones Unidas, 1990, 2 3 – 52 p.
- Wolf, Mauro. La investigación de la Comunicación de masas. Editorial Pablo de la Torriente, 178 p.