

*In the 60's many countries around the Latin-American region had countless discussions and seminars-congresses about the need of communicational integration. Numerous ideas came up, but only a few became more definite. Telesur comes up having its origin in many of these ideas. Nowadays this multiple state owned TV channel, exemplifies the integration and union of Latin-American countries, and the contemporary political shift in the region. This study takes us around the short history of this regional TV channel, and evidences the difference between the initial eagerness when it was created, and what it has become now. For that we are offered an analysis of this TV channel programs during an entire day, and from there it tells us about how far it is from its initial goal. These days it's used as a weapon of publicity, to spread an ideology, and to hurl a political project supported on the Cuba-Venezuela axis.*



# TELESUR:

## ¿Concreción de un proyecto comunicacional-político regional?

### I. UNA HISTORIA CORTA

En la corta historia de este canal regional y de carácter interestatal hay cuatro fechas del año 2005 que deben ser recordadas. Una de ellas tiene que ver con el primer *Aló, Presidente* de ese año (09-01-2005), en donde el Presidente de la República anunciaba la creación de la *Nueva Televisora del Sur C.A (TVSur)* como una televisora de vocación integracionista gracias al trabajo llevado a cabo por los canales estatales de Argentina, Brasil y *Venezolana de Televisión* de Venezuela. La otra fecha es la aprobación por parte del Ejecutivo nacional de la señal de *Telesur* aparecida en la *Gaceta Oficial* del tres de febrero del año 2005. El tercer momento en el tiempo es el 24 de mayo de 2005, cuando se inician las primeras pruebas de transmisión desde el Teatro Teresa Carreño. En ese lanzamiento de la señal de prueba pudimos conocer algunos detalles de identidad de la nueva televisora:

1 -El director de *Telesur*, el periodista uruguayo Aram Aharonian y ex corresponsal de la agencia cubana *Prensa Latina*, indicó en relación al evento:

es un inicio para ‘desalambrar’ el latifundio mediático y crear una televisora competitiva frente a canales como *CNN* y *TVE* con una agenda informativa totalmente diferente a la de estas empresas transnacionales(...) La línea del canal será tendenciosa para resaltar la integración latinoamericana, la diversi-

dad y la pluralidad(...) y también contra el papel hegemónico de los medios, al discurso único<sup>1</sup>.

2- Por su parte, el ministro de Comunicación e Información, Andrés Izarra, negó que *Telesur* fuese a usarse con fines proselitistas y propagandísticos para exportar o importar modelos políticos: “Pues la realidad interna de cada país le pertenece a cada país”.<sup>2</sup>

Y la cuarta fecha a recordar (24 de julio de 2005) coincide como vemos, seguramente a intención, con el natalicio de Simón Bolívar que fue el momento en donde comenzó formalmente la transmisión de *Telesur*. Este inicio de actividades se dio en el escenario de la Sala José Félix Ribas del Teatro Teresa Carreño en donde se dispusieron 11 pantallas planas para que los invitados extranjeros, nacionales y todo el país en cadena nacional pudieran observar los videos, promociones y entrevistas vía satélite. En ese inicio de transmisión se dijo que *Telesur* se vería en 23 países y contaría con 9 corresponsalías en capitales importantes de la región. Andrés Izarra, que para la fecha se desempeñaba como ministro de Comunicación e Información y a la vez presidente de *Telesur*, expresaba “la creación de *Telesur* inicia la construcción de un nuevo orden mundial comunicacional. *Telesur* irrumpe en un espacio casi totalmente dominado por las oligarquías y sus socios del norte, que han venido

*En la década de los años setenta, en la región se dieron innumerables discusiones y seminarios-congresos sobre la necesaria integración comunicacional. Surgieron ideas y proyectos pero pocas concreciones. Telesur irrumpe teniendo como base muchas de esas ideas. Hoy este canal multiestatal es una realidad como puente de integración latinoamericana en la experiencia política del presente. El estudio nos pasea por la corta historia de este canal de televisión regional, nos confronta con las aspiraciones que tuvo cuando nació y con lo que realmente es hoy día. Para ello ofrece un análisis de un día de programación y desde allí nos dice que lejos de acercarse a su objetivo principista, hoy es un aparato de propaganda, de ideologización y de proyección de un proyecto político sustentando en el eje Cuba-Venezuela.*

*Telesur es la niña bonita para la integración (...) no depende de ningún gobierno, de ninguna línea prefijada.*

Hugo Chávez Frías

■ Marcelino Bisbal

desarrollando un trabajo de colonialismo ideológico”<sup>3</sup>. Y el director de la nueva televisora dijo de manera clara y explícita que “la creación del canal es un proyecto político y estratégico, cuyo objetivo es impulsar la integración como herramienta contra el imperialismo”<sup>4</sup>.

Se ha dicho que la idea de creación de *Telesur* surgió en la mente de Fidel Castro, lanzada en una recepción de la Federación Latinoamericana de Periodistas (Felap) por allá en el 2004. En esa reunión según se cuenta, Fidel en medio de la conversación apuntó la necesidad de darle forma y crear una *CNN* latinoamericana. De ser así, este canal de televisión regional que renueva una vieja utopía integracionista-comunicacional en América Latina, se inscribe en la perspectiva de expansión de un proceso político, en el proyecto continental de la Alternativa Bolivariana de las Américas (ALBA) y su representación la ejerce el Ministerio de Comunicación e Información de Venezuela (Minci) de donde surge el presupuesto para el sostenimiento del 51 por ciento de participación que tiene el Gobierno venezolano. El resto de los países que participan en esta televisora multiestatal son Argentina (20% de las acciones), Uruguay (10%), Cuba (19%) y de reciente entrada Bolivia y Nicaragua.

En sus inicios el canal arrancaba con un presupuesto de 10 millones de dólares aportados totalmente por el Gobierno de Venezuela. En los presupuestos del Minci se puede ver que para el año 2006 a la *Nueva Televisión del Sur (Telesur)* se le asignaban 3.2 millardos de bolívares (3.200.835 Bs. F), para el presupuesto del 2007 se contemplaban 7.7 millardos de bolívares y para el 2008 se le dieron 11.9 millardos de bolívares (11.935.805 Bs. F). Desde esas cifras millonarias aportadas por el Gobierno en funciones de Estado se desprenden algunas consideraciones:

- la ocupación que inicialmente cobijó a *Telesur* para sus operaciones en *VTV*;
- el que las primeras imágenes transmitidas por *Telesur* llegaron a su destino a través del satélite *NSS 806 (New Sky Satellite)* a un costo de 18.000 dólares mensuales suministrados en su totalidad por Venezuela;
- la compra por parte del Gobierno nacional de las instalaciones, activos y señal del antiguo canal *CMT (Canal Metropolitano de Televisión)* que es donde hoy opera *Telesur* y que le ha permitido la expansión, para empezar a transmitir en señal abierta a través de la frecuencia UHF, en ciudades como

“

**Se ha dicho que la idea de creación de *Telesur* surgió en la mente de Fidel Castro, lanzada en una recepción de la Federación Latinoamericana de Periodistas (Felap) por allá en el 2004. En esa reunión según se cuenta, Fidel en medio de la conversación apuntó la necesidad de darle forma y crear una *CNN* latinoamericana.**

”

Caracas, Valencia, Barquisimeto y Puerto La Cruz;

- que *Telesur*, como medio de comunicación audiovisual hemisférico, se transmite principalmente en Latinoamérica vía satelital, y su señal llega a varios países europeos por retransmisión y a todo el mundo por video en demanda (señal en vivo) a través de Internet. A partir de estos señalamientos, surgen preguntas obligadas: ¿es posible lograr independencia de contenidos cuando *Telesur* depende casi totalmente del Estado venezolano?, ¿cómo entender esa dependencia con lo que expresara Andrés Izarra al día siguiente del lanzamiento de las primeras transmisiones del canal en donde renunciaba a su cargo de ministro de Comunicación e Información ante “la necesidad de desvincular al Gobierno venezolano de la recién estrenada televisión”?, o ¿cómo poder explicar lo que el representante del Consejo Asesor de *Telesur*, Tariq Ali (periodista de la televisora *Al Jazeera* de Qatar), sugiriera el mismo día del lanzamiento “que la efectividad de este canal dependerá de su independencia y capacidad de crítica a cada uno de los gobiernos que impulsan la iniciativa, incluyendo al Gobierno venezolano?” La respuesta es

única e inmediata y se la formula en los siguientes términos: “De vuelta a la realidad, me pregunto hasta qué punto esta muestra vibrante de la utopía latinoamericana es la concreción de una genuina voluntad política integradora o si más bien se trata del aparatoso –y muy costoso– camuflaje de un proyecto ideológico”<sup>5</sup>. Porque a la hora de la definición de las políticas a seguir por el canal, el hecho de que la iniciativa se haya proyectado desde el Gobierno venezolano y con dineros del presupuesto nacional, cómo incidirán esos elementos en la “necesaria separación entre la estructura de propiedad del canal y su estrategia editorial” como aconsejaba el mismo asesor Tariq Ali.

## II. LA CONCRECIÓN DE UNA VIEJA UTOPIA

La cooperación regional en materia de comunicación, así como el desarrollo de planes de integración comunicativa y cultural ha contado con más fracasos que con realizaciones concretas. En la diversidad de encuentros, seminarios, congresos de comunicación y reuniones internacionales de carácter intergubernamental que se dieron en toda la década de los setenta y parte de los ochenta alrededor del tema del Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación (Nomic) y del debate latinoamericano sobre las políticas de comunicación, siempre se planteó la necesidad de lograr acuerdos y consensos en aras de la necesaria integración comunicacional, informativa y cultural de la región.

Se partía del principio de que la integración-cooperación no podía estar limitada casi exclusivamente al ámbito económico y político, que era necesario rebasar esas fronteras para llegar al tema de la identidad cultural y de los signos-valores que nos definen como *latinos*. Irrumpía entonces el área de las comunicaciones y la cultura mediada por el sector de los medios masivos de comunicación y las industrias culturales que los soportan. ¿Qué planes proponer y llevar a la práctica regional para que las industrias culturales del continente sirvieran y colaboraran en el requerido proceso de integración y de conocimiento mutuo continental? ¿Cuáles debían ser las medidas a adoptar en materia de políticas regionales de comunicación-cultura? ¿Cómo se debía insertar el planteamiento de la comunicación-cultura en el conjunto de acuerdos de comercio

regional y de cooperación económica entre los países? De alguna manera en la formulación de esas interrogantes, que son la síntesis de muchos acuerdos y conclusiones de encuentros y reuniones regionales e internacionales que planteaban la cooperación e integración continental en materia de comunicación, estaba siempre presente la conformación de un *espacio latinoamericano* en donde la economía, el comercio, la política, lo social y lo comunicacional-cultural jugaran un papel de igual a igual, horizontal y con sentido totalizador y no parcelado.

De todo el conjunto de formulaciones que se dieron en aquellos momentos de los setenta y gran parte de los ochenta, marcados por el espíritu que dejó la *Primera Conferencia Intergubernamental sobre Políticas de Comunicación en América Latina y el Caribe* (junio de 1976), que se le llamó el “Espíritu de Costa Rica”, es pertinente mencionar los pocos logros que se concretaron en proyectos integrados de comunicación y que fueron posibles gracias al apoyo y cooperación de varios países latinoamericanos, de grupos académicos de investigación, de relaciones intergubernamentales, de la Unesco, de fundaciones de apoyo y cooperación europea (como la Fundación Ebert o la Fundación Konrad Adenauer principalmente) o del apoyo de la entonces Comunidad Económica Europea (hoy Unión Europea).

Enumeremos brevemente los logros de algunos proyectos integracionistas<sup>6</sup> con el sentido de entender cuan importante fue la investigación comunicacional y cultural latinoamericana en la necesaria integración de lo comunicacional y en la conformación de un *espacio común latinoamericano*, a pesar de nuestras diferencias y particularidades:

- *Acción de Sistemas Informativos Nacionales (ASIN)*. Se trató de una red de intercambio de información dentro de la región, y no de una agencia de noticias. De carácter intergubernamental. Al principio sirvió a la prensa regional a través del puente de IPS y luego se fue ampliando a la radio y televisión.
- *Agencia Latinoamericana de Servicios Especiales de Información (Alasei)*. Funcionó como una agencia de noticias de América Latina y el Caribe. El objetivo fundamental fue producir y difundir información sobre los esfuerzos nacionales y regionales. No tuvo carácter intergubernamental y en su consejo directivo estuvieron presentes todos aquellos sectores que tienen que

“

**De todo el conjunto de formulaciones que se dieron en aquellos momentos de los setenta y gran parte de los ochenta, marcados por el espíritu que dejó la Primera Conferencia Intergubernamental sobre Políticas de Comunicación en América Latina y el Caribe (junio de 1976), que se le llamó el “Espíritu de Costa Rica”, es pertinente mencionar los pocos logros que se concretaron en proyectos integrados de comunicación**

”

ver con el mundo de las comunicaciones. Este servicio informativo regional fue utilizado por 113 medios en 11 países.

- *Programa Expedición Andina*. Se inició en 1981 con la participación de los países miembros del Convenio Andrés Bello. Sus objetivos fueron intercambiar materiales audiovisuales e impresos para ayudar a crear conciencia latinoamericana. Contó con el apoyo de la Fundación Konrad Adenauer.
- *Programa de Televisión Andina*. Se inició en 1980 con la participación de los países miembros del Acuerdo de Cartagena (Venezuela, Colombia, Ecuador, Perú y Bolivia). La idea fue lograr un programa de alto nivel de sintonía que tuviera calidad competitiva y que consiguiera armonizar los distintos estilos creativos de la región en una unidad de concepción. Los recursos para su producción provenían de la Unesco y de la entonces Comunidad Económica Europea.
- *Unión Latinoamericana y Caribeña de Radiodifusión (Ulcra)*. Se fundó en 1985 con el objetivo de buscar la integración por la radiodifusión. Los miembros de *ULCRA* fueron empresas de radio y televisión de la región y del

Caribe, de servicio público y sin fines de lucro. Entre sus logros hay que mencionar el programa semanal de televisión *Latinoamericano*, el programa de intercambio diario de noticias televisivas *Latinvisión* y el proyecto del Mercado Latinoamericano del Audiovisual.

- *Asociación de Empresas Estatales de Telecomunicaciones (Aseta) y Proyecto Cóndor*. El *Proyecto Cóndor* o *Sistema Andino de Telecomunicaciones por Satélite* fue concebido con el propósito de integrar áreas rurales y fronterizas, lograr una cobertura total de la televisión doméstica entre los cinco países del Acuerdo de Cartagena y optimizar las comunicaciones entre éstos. Por su parte la *Asociación de Empresas Estatales de Telecomunicaciones (Aseta)* trabajó en cuatro proyectos: el Sistema Andino de Telecomunicaciones (SAT), el *Proyecto Cóndor* o *Sistema Andino de Telecomunicaciones por Satélite (SATS)*, la Red Andina de Transferencia de Información Científica y Tecnológica en el sector de las telecomunicaciones y el Proyecto Andino de Fabricación de Equipos de Telecomunicaciones.
- Las organizaciones católicas de carácter continental y nacional fueron impulsos bien importantes en la búsqueda para lograr convergencia con los planteamientos y políticas de la propuesta del Nomic. Estas organizaciones tuvieron un papel muy activo en procesos de integración regional a través de actividades de producción y capacitación. Las más destacadas por su acción fueron *Unión Católica Latinoamericana de Prensa (Uclap)*, la *Organización Católica Latinoamericana de Radio y Televisión (Unda-al)* y la *Oficina Católica Internacional de Cine de América Latina (Oci-al)*.
- *La Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social (Felafacs)*. Se crea en 1981 y ha logrado, hasta nuestros días, una presencia regional en los intentos de contribuir al mejoramiento integral de la enseñanza en comunicación. Con el tiempo ha logrado constituirse en un foro de discusión de los grandes temas de la comunicación. Igualmente, se ha constituido en una referencia regional para actualizar y renovar los estudios de comunicación, así como lograr vínculos e integración en la comunidad académica e investigativa latinoamericana.

Muchos de estos proyectos y sus concreciones integradoras fueron languideciendo hasta bien entrada la década de los noventa. La falta de visión política e integradora de los distintos Estados latinoamericanos fueron dejando de lado las requeridas acciones estatales frente al mundo de las industrias culturales. Quizás después de pasar lo que se llamó “la década perdida” (década de los ochenta) en materia económica y de las preocupaciones resultantes de la democratización de nuestros países, se olvidaron algunos de esos proyectos, especialmente los de carácter intergubernamental. En esos momentos no se vio por parte de los gobiernos en funciones de Estado, todavía no se ve por la falta de políticas concretas al respecto, la importancia integracionista de las comunicaciones masivas y la importancia cultural de las mismas. En ese sentido es bueno citar a García Canclini cuando reflexiona al respecto diciéndonos que:

(...) las industrias culturales han pasado a ser predominantes en la formación de la esfera pública y la ciudadanía, como lugares de información, sensibilización a las cuestiones de interés común y deliberación entre sectores sociales. Desde el siglo XIX y hasta mediados del XX, estas funciones han sido cumplidas por la literatura, las artes visuales y la música, que proporcionaron recursos para reflexionar sobre el origen de la nación, sobre el carácter distintivo de cada cultura y para elaborar los signos de identidad. Recordemos el significado del muralismo mexicano, de la literatura histórica o del ‘boom’ en Argentina, Perú, Colombia, México y otros países. La radio y el cine contribuyeron a este proceso de los años 40 y 50, pero fue en las últimas tres décadas cuando las industrias culturales se volvieron protagonistas de los imaginarios sociales. Por eso, participar en el intercambio mediático es ahora decisivo para ejercer la ciudadanía<sup>7</sup>.

Concluye de manera taxativa que:

No ocuparse hoy de las industrias culturales es como si hace un siglo los políticos se hubieran negado a legislar sobre ferrocarriles y a promoverlos, como si hace 50 años no se hubieran ocupado de los coches y el transporte público, o 30 años atrás de los electrodomésticos y las fuentes de energía. Las industrias culturales son recursos igualmente estratégicos para el enriquecimiento de las naciones, la comunicación y la participación de sus ciudadanos y consumidores<sup>8</sup>.

“

**¿Es pensable en la realidad, no en la simple retórica voluntarista, disputarle a CNN, CBS o Fox y sus subsidiarias latinas la puesta en escena de lo latinoamericano? ¿No hay en la apuesta de Telesur la vieja idea maniquea de la que se nutrió una cierta izquierda hoy anacrónica, por lo tanto anclada en un pasado que ya no volverá, al concebir el campo de la comunicación y la cultura privada como demoníaca (...)**”

”

### III. TELESUR: PARADOJAS, REALIDADES Y DESAFÍOS

Pero volvamos a esta televisora multietnata que es *Telesur*. El objetivo de esta estación de televisión, que se lanza como puente de integración latinoamericana en la realidad política del presente, “(...)es ser un canal latinoamericano diverso con una propuesta de unión latinoamericana por la vía comunicacional, haciendo referencia al pensamiento humanista y cubriendo una necesidad de información del continente”<sup>9</sup>. Como dijimos antes, la Compañía Anónima *La Nueva Televisión del Sur C.A* surge por iniciativa del actual Gobierno que se define como bolivariano y socialista. En el Artículo 2 del Decreto No. 3.445 del 24 de enero de 2005 (en *Gaceta Oficial de Venezuela* No. 38.116 del 27 de enero de ese mismo año) se nos define claramente el sentido de esta compañía: “(...) la prestación del servicio de televisión, y será un medio de comunicación audiovisual hemisférico, a través del cual se difundirá una visión real de la diversidad social y cultural de América Latina y el Caribe para ofrecerla al mundo”<sup>10</sup>.

¿Cómo alcanzar tan ambicioso objetivo en una América Latina en donde la

televisión privada-comercial domina el espectro audiovisual latinoamericano? ¿Es posible alcanzar ese objetivo cuando las audiencias latinoamericanas están acosadas a una parrilla de programación televisiva excesivamente comercial y unida a evidentes intereses lucrativos? ¿Es posible competir con un proyecto de tales ambiciones frente a una televisión latinoamericana que nos ofrece una pluralidad de ofertas informativas y de entretenimiento segmentado de acuerdo a públicos, géneros, estéticas, estratos sociales...? ¿Se puede pasar de la *retórica voluntarista* que nos plantea con sentido *principista* que: “*Telesur* tiene la aspiración de ser una pieza fundamental en el establecimiento de un nuevo orden comunicacional internacional y es una herramienta fundamental para el proceso de integración que se está produciendo en América Latina”; a la realidad concreta y tangible de lo que actualmente es y significa la integración entre países que tienen visiones distintas de la política, incluso de la idea de democracia, como mecanismos para reinventarse como países? ¿Una estación de televisión como se concibe a *Telesur* puede entrar a competir, a contrarrestar la conversión-presencia de los grandes medios en empresas o corporaciones multimedia en donde la televisión es el vértice de esa recomposición? ¿Es pensable en la realidad, no en la simple retórica voluntarista, disputarle a *CNN*, *CBS* o *Fox* y sus subsidiarias latinas la puesta en escena de lo latinoamericano? ¿No hay en la apuesta de *Telesur* la vieja idea maniquea de la que se nutrió una cierta izquierda hoy anacrónica, por lo tanto anclada en un pasado que ya no volverá, al concebir el campo de la comunicación y la cultura privada como demoníaca frente al campo de la comunicación y la cultura estatal como portadora exclusiva de bondades y virtudes públicas?

¿Cómo responde *Telesur* a esas interrogantes? Solamente diciendo, a la manera de un eslogan: “Una visión de Latinoamérica y su gente para el resto del mundo”. Como afirma Jesús Martín Barbero al referir que hoy el espacio de la televisión, no sólo la latinoamericana, sino la de todo el planeta, está presentándose con nuevos actores frente a esas nuevas modalidades de comunicación televisiva que conectan –rediseñándolas– las ofertas globales, vía parabólica y cable, con las demandas locales. Y en particular a lo latinoamericano televisivo nos expresa:

Hay también, en lo que a las nuevas modalidades de televisión concierne, otro ámbito de contradicciones a tener en cuenta: la puesta en escena de lo latinoamericano que, cargada de esquematismo y deformaciones pero también de polifonías, están realizando las subsidiarias latinas de *CBS* y *CNN* en unos países con frecuencia inmersos en una muy pobre información internacional, y especialmente en lo que atañe a los otros países de Latinoamérica. Las descontextualizaciones y frivolidades de que está hecha buena parte de la información que difunden esas cadenas de televisión no pueden ocultarnos la apertura y contraste informativo que ellas posibilitan, pues en su entrecruce de imágenes y palabras se deshacen y rehacen imaginarios que, reubicando lo local, nos sitúan en un cierto espacio latinoamericano<sup>11</sup>.

*Telesur* se enmarca en los planteamientos y reflexiones, tal como vimos anteriormente, emanados de todo el conjunto de discusiones que se dieron sobre el Nomic, las PNC, sobre la radiotelevisión de servicio público y hasta en las ideas de la llamada comunicación alternativa-popular-comunitaria. El proyecto nace dentro de un gobierno de evidentes rasgos autoritarios que responde a una idea de país y de sociedad centralizada desde el Estado, con claros signos hegemónicos para invertir el sentido gramsciano del término, es decir poner a la ciudadanía al servicio del Estado totalitario y no el Estado democrático al servicio de la sociedad civil. Se trata de un gobierno en funciones de Estado que secuestra aquellas nociones de acceso, participación, integración, libertad de expresión, lo cultural-comunicacional, lo comunitario, la idea de pueblo-ciudadano y toda una cadena conceptual que tan cara resultó en los debates regionales e internacionales sobre lo comunicacional, para usarlos desde una política instrumental de dominio y sumisión desde el poder.

Es clara la reformulación de la relación entre los conceptos-base desde los cuales parte el proyecto y su concreción real en la práctica comunicativa regional y nacional. Así como cambia la concepción original desde donde se fundamenta y se inspira conceptualmente y deviene en un proyecto de televisión gubernamentalizado que promueve el avance del nuevo autoritarismo de América Latina. Es la síntesis de un canal de televisión contrario a la idea de un servicio público televisivo en donde no cabe, como dice Antonio

Pasquali, ni gobiernos moralistas, censores o cómplices, ni un Estado agencia publicitaria de sí mismo<sup>12</sup>.

Desde esa resemantización de ideas y conceptos claves, la pregunta de si realmente *Telesur* sirve a un proyecto de integración comunicacional con sentido y orientación democrática es pertinente. Para hallar una respuesta que rebase las líneas de la expresividad conceptual, hagamos un pequeño diagnóstico de esta experiencia de *televisión regional* que procura como norte “la mayor amplitud posible como herramienta de integración y cierta independencia” según refería en sus inicios como canal el presidente de *Telesur* Andrés Izarra.

#### IV. SÍNTESIS DE UN DIAGNÓSTICO

En el Informe de la Fundación Telefónica: *Tendencias 2007. Medios de Comunicación. El escenario Iberoamericano* (Ariel, Fundación Telefónica. España, 2007) se apunta en uno de sus capítulos de diagnóstico acerca de la “Industria de la radiotelevisión y servicio público”<sup>13</sup> que:

En el nuevo mapa político regional, Latinoamérica bascula entre *modelos de integración dependiente* y la disyuntiva de buscar fórmulas de cooperación regional como *Telesur* que, por el momento, no han influido notoriamente en la estructura de consumo audiovisual de la población latinoamericana, pero que sí han renovado el papel y la presencia de la televisión pública, vinculando el proyecto, por un lado, a medios comunitarios (como sucede en el caso de Brasil) y a estaciones tradicionales de servicio público, para introducir nuevas propuestas estéticas y programáticas en el espacio audiovisual, tradicionalmente poco proclive a *nuevas ofertas* como las que auspicia *Telesur* (cursivas nuestras)<sup>14</sup>.

Quisiéramos detenernos en el planteamiento que hace el autor acerca de la idea de que la televisión pública latinoamericana del presente bascula entre *modelos de integración dependiente* y la disyuntiva de buscar fórmulas de cooperación regional como *Telesur*. Uno de los planteamientos centrales y conceptuales de los servicios de radiotelevisión de servicio público (RSP) es aquel que tiene que ver en su relación con el Estado, con el gobierno, con el tema del funcionamiento y el de los contenidos. Televisión estatal y RSP no parecen ser considerados

como sinónimos y en ese sentido es bueno que recordemos las dimensiones que caracterizan a un sistema de radio y televisión de servicio público<sup>15</sup>:

- En primer lugar, la tarea de *desgubernamentalizar* la radio y televisión de propiedad pública, con la finalidad de que dejen de ser puros instrumentos de gobierno. Con ello el sistema se inscribe en una visión de lo público no circunscrito a la esfera estatal, y mucho menos a la estrictamente gubernamental.
- En segundo lugar, es de resaltar el estímulo a la participación ciudadana tanto en la creación como el control de la programación. La idea es convertir a la RSP en un foro ciudadano, instancia deliberativa de articulación del debate sobre el mensaje de los medios públicos.
- En tercer lugar, reconocer el derecho que tiene todo ciudadano de exigir, en los mismos términos de la información objetada, la rectificación de informaciones inexactas.
- En cuarto lugar, el carácter flexible y gerencial, ajeno al burocratismo y cualquier manifestación de clientelismo político. De la estructura institucional, pública, transparente, orientada por el sentido de responsabilidad y la capacidad de respuesta ante las demandas y aspiraciones de la sociedad, que guía el sistema.
- Y en quinto lugar, su flexibilidad presupuestaria, dado que el sistema gozará de un patrimonio propio, distinto e independiente del fisco nacional.

Huelga decir, por lo que hemos venido viendo y analizando acerca de la estructura de funcionamiento de esta planta de televisión que ella incumple una buena parte de las dimensiones establecidas a un servicio de radiotelevisión de servicio público. Nos restaría conocer su programación a través de un análisis morfológico, con el fin de estudiar la dinámica de construcción-elaboración de sus contenidos. El análisis es el segundo que hacemos con una diferencia de tiempo de tres años. Es decir, en la primera semana del mes de julio del año 2006 tomamos una muestra de cuatro días de programación con el sentido de conocer el tiempo dedicado, expresado en porcentajes, a los distintos géneros en los que se expresan los contenidos<sup>16</sup>.

Esta vez hicimos lo mismo, aunque con una muestra menor: tomamos un día de programación (el 05 de enero de 2009) y empleamos la misma metodología del

análisis morfológico diseñado por la investigadora Elizabeth Safar del Instituto de Investigaciones de la Comunicación de la UCV (Ininco)<sup>17</sup>. Si en nuestra primera investigación decíamos que *Telesur* centra sus categorías de programas televisivos en los de carácter *informativo* (en especial los noticieros estelares) y apuntábamos que la reseña de las noticias es selectiva, para resaltar hechos que remarcan la popularidad de los gobiernos integrantes de *Telesur*, denigrar de los grupos opositores a estos gobiernos y atacar la política del Departamento de Estado de los EE.UU.; *documentales* (priorizando la programación abiertamente educativa, pero con un alto componente ideológico y propagandístico) y en los programas *argumentales* de entretenimiento (con preponderancia de series televisivas, de origen latinoamericano y dominando aquellas de contenido político). Una síntesis de los resultados del análisis de programación de *Telesur* (muestra de 4 días del mes de julio de 2006):

Código	Géneros	% Programación
1	Formalidades del Canal	2.3
2	Promoción del Canal	4.2
3	Publicidad	0
4	Propaganda	4.8
5	Informativos	53.7
6	Documentales	21.3
7	Argumentales	7.6
8	Espectáculos	0
9	Magazine	3.3
10	Educativo	0.4
11	Envite y azar	0
12	Alocuciones presidenciales	2.3

Un rápido análisis general de los distintos géneros en los que se centra *Telesur* y los promedios cuantitativos (expresados porcentualmente) de los contenidos programáticos nos permiten apreciar el mismo *leit motiv* que estaba presente en la muestra del año 2006. Es decir, la presencia de un fuerte espíritu gubernamental e ideológico representado por el proyecto bolivariano del Gobierno venezolano y de la figura de su Presidente que es quien aporta el mayor caudal de financiamiento del canal (un poco más del 51 por ciento), además de los planteamientos cubano-fidelistas. El otro *leit motiv* que se nos transparenta, esta vez con más claridad, es la presencia de un

“

*¿Ve una Telesur a largo plazo?*  
**No. Si no cambia mucho, se limitará a ser –como es ahora– una televisión internacional del Gobierno de Venezuela en lugar de una empresa multiestatal. Es inmoral que el Ministro de Información de Venezuela sea el presidente del canal y lo maneje discrecionalmente.**

”

agenda sociopolítica en sus distintos contenidos programáticos como el único camino para alcanzar la integración latinoamericana. En ese sentido, nos parece importante reproducir algunas afirmaciones que fueron lanzadas a la opinión pública en noviembre de 2008 por quien en aquel entonces fungía como vicepresidente de *Telesur*, el periodista uruguayo Aran Aharonian. Veamos la muestra que temáticamente no tiene pérdida<sup>18</sup>:

*El comunicador social debe ser abierto de mente...*

La xenofobia, el cerrar puertas a los demás, cosas tan en boga de manera subyacente en las mentes de tantos comunicadores, son conceptos a excluir. Yo soy uruguayo y vivo acá desde hace veinte años. Yo entiendo la sociedad de acá, pero no renuncio a mi nacionalidad. Le voy a dar tres ejemplos de cerrazón. El 13 de abril de 2002, cuando el golpe de Estado contra Chávez, la gente en Caracas salió a la calle a pedir el retorno del Presidente. 640 radios y 47 televisoras privadas se abstuvieron de dar esa información. Se dedicaron a poner música y dibujos animados. Y creyeron que así nadie se enteraría de nada. Pero la vieja tecnología del radio bamba, Internet, los SMS, el boca-oreja, lograron ir más allá de todo eso. Ellos creían en la idea de que si la televisión no lo dice, no existe. Para nada. La televisión no lo dijo y eso existió.

Segundo ejemplo: los diarios bolivianos descalificaron racial, social y culturalmente a Evo Morales. A pesar de eso obtiene el 53% de los votos. Tercer ejemplo: en Ecuador, uno de los países en los que más se ve *Telesur*, Correa venció pese a que todos los medios de comunicación habían sido privatizados y respondían a favor de Novoa, su adversario. Las falsas verdades de muchos medios, cuando contrastan con la realidad cotidiana de la gente, se caen solitas. La gente ha aprendido a leer entre líneas los medios.

*¿Si Telesur logra entender este tam-tam social llegará a ser la TV de los pueblos?*

Claro. Son pueblos con distintas formas, hay una diversidad de gentes, de posiciones. Entender el pluralismo no quiere decir darle tribuna al enemigo, sino darle tribuna a todas las posiciones que se acerquen a la cosa popular, a la cosa nacional, a la cosa de la integración. Quienes entendieron el peligro de *Telesur* fueron los responsables del Departamento de Estado de EEUU. Antes de que saliéramos, ya nos prohibieron. Ellos vieron la amenaza. Y reaccionaron cambiando los criterios de CNN. TVE también cambió. A *Telesur* no la están matando afuera, sino por dentro, gente que no entiende su real significado.

*¿Ve una Telesur a largo plazo?*

No. Si no cambia mucho, se limitará a ser –como es ahora– una televisión internacional del Gobierno de Venezuela en lugar de una empresa multiestatal. Es inmoral que el Ministro de Información de Venezuela sea el presidente del canal y lo maneje discrecionalmente.

*Son dos funciones diferentes...*

Él firma los cheques. ¿Qué autonomía puede tener *Telesur* así? Acá hay una confusión que se quiso manipular. Se habló de una conspiración contra el proyecto, pero en realidad la conspiración es contra el proyecto multiestatal, plural, diverso que quiso ser.

*¿Un medio muy burocrático?*

Sí, porque hay altos funcionarios que creen que la información es estática y no dinámica. ¿Pedirle permiso a un Ministro para ver si se da una información? Ese no es el modelo.

*Se han cometido errores...*

Yo tengo 62 años y cuando fundamos *Telesur* dije que yo iba a estar en el

proyecto dos o tres años, que los viejos ya hicimos muchas cagadas y eran los jóvenes los que debían hacer las suyas propias. Lo primero que hizo el señor ministro y presidente del canal fue echar a la gente que creó *Telesur*, que venía de toda América Latina. Y se rodeó de burócratas venezolanos a su servicio, que venían de la televisión privada.

*Usted es aún vicepresidente, ¿no puede remediar las cosas?*

Soy Vicepresidente de un Directorio que no es convocado nunca y que puede ser cambiado cuando el Ministro quiera: el único accionista es el ministerio que está a su cargo. A mí no me interesan los cargos, me interesan los proyectos. Hace años dijeron que estábamos locos al querer hacer una televisión latinoamericana, el sueño de tantos. Demostramos que era posible. Quizá no nos dimos cuenta de que los enemigos no estaban sólo afuera.

La composición programática de *Telesur* en este nuevo análisis de un día de programación (05 de enero de 2009) fue como sigue:

Código	Géneros	% Programación
1	Formalidades del Canal	1.2
2	Promoción del Canal	16.7
3	Publicidad	0
4	Propaganda	1.60
5	Informativos	46.5
6	Documentales	18,9
7	Argumentales	0
8	Espectáculos	15
9	Magazine	0
10	Educativo	0
11	Envite y azar	0
12	Alocuciones presidenciales	0

Con estos datos acerca de la programación de *Telesur*, veamos en detalle cómo se comportaron los distintos contenidos del canal a lo largo de un día de muestra programática:

### Género Informativo

Es el género que predomina a lo largo de la programación, lo cual era de esperarse ya que *Telesur* fue concebido como un canal informativo. Se abarcan temas de actualidad internacional, pero se hace énfasis en noticias sobre América Latina,

“

**Los contenidos de Opinión, sólo toman en cuenta una parte de los hechos, por lo cual no nos ofrecen una perspectiva de equilibrio e imparcialidad. En ellos se aprecia un alto contenido de ideologización, lo cual oscurece la reflexión hacia aquellos acontecimientos y procesos que se dan en la región y que no concuerdan con el proyecto continental de Cuba-Venezuela**

”

particularmente de los países que invierten en el mantenimiento de dicho medio, los cuales son: Argentina, Bolivia, Cuba, Ecuador, Nicaragua y Venezuela.

Destacan las notas informativas sobre Venezuela y Cuba. Asimismo, el contenido informativo está cargado de un juicio valorativo con un gran sesgo político favorable a estos países y sus respectivos gobiernos.

Este género programático abarcó el 46%, de la programación, lo que equivale a 11 ¼ del total de 24 horas de la programación. Este género comprende *Noticieros Estelares* con 62%, *Opinión* 22%, *Avances de Noticias y Reportajes* 9% y *Servicio Público* 7%. Los *Noticieros Estelares* en múltiples ocasiones se repiten a lo largo del día de programación. Con respecto a los *Avances de Noticias*, en casos puntuales se extendieron al introducir alocuciones presidenciales, particularmente de Evo Morales y Hugo Chávez.

Los contenidos de *Opinión*, sólo toman en cuenta una parte de los hechos, por lo cual no nos ofrecen una perspectiva de equilibrio e imparcialidad. En ellos se aprecia un alto contenido de ideologización, lo cual oscurece la reflexión hacia aquellos acontecimientos y procesos que se dan en la región y que no concuerdan con el proyecto continental de Cuba-Venezuela el cual se inscribe en la Alternativa Bolivariana de las Américas (ALBA).

Por su parte, el contenido informativo de *Servicio Público* se relacionó estrechamente con asuntos que llevan a cabo los gobiernos de países promotores del canal. En esta ocasión se destacó el tema de la Alfabetización en Cuba, Venezuela y Bolivia como un asunto de liberación e independencia. Nuevamente el comentario político-ideológico se hizo presente a lo largo de las piezas audiovisuales expuestas con relación al tema.

### Documentales

Este género programático alcanzó un 19% del tiempo de programación, lo que equivale a 4 ¾ del total de 24 horas de programación. Esta categoría comprendió *Artes, Políticos y Personajes Históricos, Educativo y Ciencias Sociales y Naturales*. Cada uno con 9%, 35%, 56% y 0% respectivamente.

Los contenidos de *Documentales* se orientaron a promover o mostrar de manera favorable algunos aspectos de los diversos temas artísticos, históricos y educativos pero con un trasfondo político e ideológico. El género se nos presenta con el título de *Memorias de Fuego*: “Documentales autorales exhibidos en los festivales más importantes del mundo que aportan a la reconstrucción de los momentos históricos que incidieron y definen aún la identidad latinoamericana. Un espacio y una oportunidad de conocer el pasado, comprender el presente y reconocer el futuro social, cultural y político de las naciones y pueblos del Sur y del Caribe”. En el día del análisis el documental presentado fue *Cuba Caminos de Revolución: la Revolución Cubana antes del 59*.

Hay que destacar el hecho de que sí se cumple con una de las propuestas estructurales del canal por medio de este género que es “el rescate de nuestra memoria y nuestras tradiciones, que hablan de nuestros pueblos, tierras, fauna y flora; Con una programación que apunta al rescate de la filmografía latinoamericana.” (Ejemplo: *Vamos a Conocernos*).

A lo largo del día de programación se presentaron repeticiones en este contenido.

### Promoción del Canal

Esta categoría abarcó el 17%, que equivale a 4 ¼ del total de 24 horas de programación. El género cumple su función de presentar los diversos contenidos que ofrece la parrilla de programación. Para la fecha en que se tomó la muestra, que coincidía con el 50° aniversario de la Revolución Cubana, se afectó el contenido de este género ya que se le dió mayor



importancia a promocionar aquellos programas que fueran acorde con esa fecha histórica. En síntesis, una vez más el contenido del género se convirtió en un mecanismo de propaganda.

### Espectáculos

Este género ocupó el 15%, que equivale a  $3\frac{3}{4}$  del total de 24 horas de programación. Su contenido se subdivide en *Concursos, Musicales, Videomusicales, Variedades y Deportes*. En esta ocasión estuvo presente solamente el contenido deportivo. Se nos ofrece como un informe de noticias sobre deporte en América Latina y otros países (*Deportes TeleSur*).

La información también se vió influida por los comentarios políticos sobre distintos hechos deportivos, al destacarse iniciativas que han llevado a cabo los gobiernos de Venezuela, Argentina y Cuba.

### Propaganda

Esta categoría ocupó el 1,59%, que equivale a  $\frac{3}{4}$  de hora, del total de 24 horas de programación. Este género contempla *Propaganda de Organizaciones del Estado, Propaganda de Organizaciones Privadas y Propaganda de Partidos, Movimientos Políticos y Gremios*. Con 26%, 74% y 0% respectivamente. La *Propaganda de Organizaciones Privadas* la compone Unicef. Mientras que en el contenido de *Propaganda de Organizaciones del Estado*, se destacaron la del Banco del Tesoro y Corpoelec, ambas organizaciones del Gobierno venezolano.

### Identificación del Canal

Este contenido estuvo presente con el 1,18%, que equivale a  $\frac{2}{4}$  de hora, del total de 24 horas de programación. Muestra la imagen del canal de manera que se haga identificable por el público, así como también otras alternativas que ofrece *Telesur* como es la página web.

### Otros géneros

*Telesur* por ser una empresa multietnológica, conformada y creada con la inversión de seis países: Argentina, Bolivia, Cuba, Ecuador, Nicaragua y Venezuela no necesita ingresos que provengan de la publicidad, por lo tanto éste género no se hace presente en el estudio. Asimismo los géneros *Argumentales, Magazine, Educativo, Envite y Azar* no aparecen en la muestra analizada.

Por otro lado se encuentran las *Alocuciones Presidenciales*, que corresponden a un género por sí sólo. Este género no se

presentó de manera autónoma dentro de la programación. Sin embargo dentro del género *Informativo*, se van introduciendo las alocuciones presidenciales especialmente de Hugo Chávez, Evo Morales, Rafael Correa y Daniel Ortega, lo cual interfiere en el verdadero significado y fin del espacio informativo que se le concibe como un “Formato periodístico que emitirá a tiempo y desde el lugar de los acontecimientos, los eventos ocurridos en los escenarios de interés de la vida social latinoamericana. Con 10 corresponsalías y múltiples periodistas y colaboradores especializados extendidos a lo largo del continente, es posible difundir contenidos provistos de profundidad, desde una perspectiva total y objetiva, los procesos que minuto a minuto deciden la historia de los pueblos de este lado del mundo” (*TeleSUR Noticias y Noticias desde el SUR*).

### V. UNA IDEA FINAL

*Telesur* se nos presentó como un canal para la integración latinoamericana. Un servicio de televisión pública, interestatal, en donde concurren seis gobiernos de la región. Desde el 24 de julio de 2005, fecha en que la televisora inició sus transmisiones, ha venido saliendo al aire de manera ininterrumpida. La visión que se propuso es la de “ser un canal de servicio público con cobertura global que desde el sur, produce y divulga contenido informativo y formativo para una amplia y leal audiencia, con una visión integradora de los pueblos”. La realidad nos ha mostrado otra cara distinta. Su programación responde más a un claro objetivo político y de preferencia ideológica. Nuestro análisis, que no es más que una pequeña muestra, así lo hace visible. De igual forma se hace transparente el carácter gubernamentalizado de su programación con marcada orientación hacia el eje Cuba-Venezuela y sus respectivos proyectos políticos.

Uno de sus ideadores y primer vicepresidente de *Telesur*, el periodista uruguayo Aran Aharonian, quien estuvo desde dentro decidiendo la misión y visión del canal lo dice de manera cruda: “Si no cambia mucho, se limitará a ser –como es ahora– una televisión internacional del Gobierno de Venezuela en lugar de una empresa multietnológica. Es inmoral que el Ministro de Información de Venezuela sea el presidente del canal y lo maneje discrecionalmente”. Es decir, contradice en extremo la idea con la que fue concebida

*Telesur*: “Los Estados fomentan un canal independiente, que presta servicios a la ciudadanía latinoamericana y al mundo entero, como una empresa comercial. Es decir, su gestión se hace con independencia de los gobiernos”.

■ **Marcelino Bisbal**  
Comunicador social y profesor titular de la UCV. Director de los postgrados en Comunicación Social de la UCAB. Director de la revista *Comunicación*.

### NOTAS

- 1 CORREA, Carlos y CAÑIZÁLEZ, Andrés (Coordinadores) (2005): *Venezuela. Situación del derecho a la libertad de expresión e información. Informe 2005*. Caracas: Espacio Público, IPYS y la Fundación Konrad Adenauer. p. 165.
- 2 *Ibidem*.
- 3 NÚÑEZ, Elizabeth (2005): “*Telesur* inició transmisiones con mensaje antiimperialista”. En: diario *El Nacional* del 25-07-2005. Venezuela, p. A/4.
- 4 *Ibidem*.
- 5 MUÑOZ, Boris (2005): “A la izquierda de *CNN*”. En: revista *Gatopardo*, No. 59, julio 2005. Colombia: Grupo Publicaciones Latinoamericanas S.A. p. 112.
- 6 Esta enumeración no es más que una síntesis del estudio del peruano CHARÓN, Max Telleo (1993): “La historia efectiva de una utopía: políticas de comunicación en América Latina”. En: *Cuadernos Cicosol*, No.13. Lima: Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Lima.
- 7 GARCÍA CANCLINI, Néstor (2001): “Por qué legislar sobre industrias culturales”. En: revista *Nueva Sociedad*, No. 175, septiembre-octubre 2001. Caracas: Fundación Friedrich Ebert de Alemania. p. 61.
- 8 *Ibidem.*, p. 62.
- 9 *Telesur*: Dirección de Investigación-Dirección de Producción (2007). *Campaña comunicacional Telesur. Descubrirnos, querernos y reinventarnos*. Documento oficial. Mimeografiado. Venezuela, p.1.
- 10 En la *Gaceta Oficial de Venezuela* No. 38.116 del 27-01-2005.
- 11 MARTÍN BARBERO, Jesús (2007): “Medios y Culturas”. En: VARIOS AUTORES (2007): *Medios de comunicación. El escenario iberoamericano. Tendencias 07*. España: Editorial Ariel y la Fundación Telefónica. p. 257.
- 12 Ver PASQUALI, Antonio (1995): “Reinventar los servicios públicos”. En: revista

*Nueva Sociedad*, No. 140, noviembre-diciembre. Caracas: Fundación Friedrich Ebert de Alemania. pp. 70-89.

- 13 SIERRA CABALLERO, Francisco (2007): "Industria radiotelevisiva y servicio público". En: VARIOS AUTORES (2007): *Medios de comunicación. El escenario iberoamericano. Tendencias 07*. Op. cit.
- 14 *Ibidem.*, p.323.
- 15 Ver al respecto el texto *Gobernabilidad democrática en Venezuela. Hacia un sistema de radiodifusión de servicio público*. Caracas: Editado por la Comisión Presidencial para la Reforma del Estado (Copre) y la Unesco (1998). pp.8-9.
- 16 BISBAL, Marcelino y QUIÑONES, Rafael (2007): "La televisión de propiedad pública en Venezuela y su programación: ¿instrumento de gobierno o institución estatal?". En: revista *Comunicación* No. 139, tercer trimestre del 2007. Caracas: Editada por la Fundación Centro Gumilla.
- 17 Ver al respecto el trabajo de HERRERA Bernardino (2004): "VTV: nueva dinámica de la TV del Estado, según un análisis morfológico de su programación". En: *Anuario Ininco*, No. 16, Vol. 1, 2004. Caracas: Ininco-UCV de la Facultad de Humanidades y Educación. Para este nuevo análisis hemos seguido esa metodología. La recolección de los datos en el día de muestra (5 de enero de 2009) fue llevado a cabo por la beca trabajo Br. Andrea Quiroz de la Escuela de Comunicación Social de la UCAB.
- 18 PARDO, Eloy (2008): "*Telesur* no ha sabido convertirse en representante de las transformaciones de América Latina...", entrevista llevada a cabo el 18 de noviembre de 2008 por *Mundo Hispano*. El sumario presentado por la entrevista refleja el contenido crítico de la misma ante el canal *Telesur* como pieza integradora y transformadora de América Latina: "A tres años del nacimiento de *Telesur*, el primer proyecto de televisora con vocación latinoamericanista. Aram Aharonian, fundador de la idea y copartícipe de todas las decisiones del canal hasta diciembre último, sostiene que las cosas no funcionan como debieran, tanto por factores externos (...) como de orden interno. Sin embargo, Aharonian es más crítico con las propias políticas del canal. *Denuncia su estatismo y falta de democracia, así como los hierros de la izquierda latinoamericana* (cursivas nuestras)"

## Programación de TELESUR

Muestra del 5 de enero de 2009

Cod.	Géneros y subgéneros	5 de enero 2009
<b>1</b>	<b>Formalidades del canal</b>	<b>1,18055556</b>
1.1	Himno Nacional	0
1.2	Identificación del canal	1,04166667
1.3	Fallas de transmisión	0,13888889
<b>2</b>	<b>Promoción del canal</b>	<b>16,7361111</b>
<b>3</b>	<b>Publicidad</b>	<b>0</b>
3.1	Alimentos y bebidas	0
3.2	Transporte y comunicaciones	0
3.3	Electrodomésticos y hogar en general	0
3.4	Detergentes y cosméticos	0
3.5	Banca y finanzas	0
3.6	Salud	0
3.7	Diversos	0
<b>4</b>	<b>Propaganda</b>	<b>1,59722223</b>
4.1	Gobierno y organizaciones del Estado	0,41666667
4.2	Organizaciones privadas	1,18055556
4.3	Partidos, movimientos políticos y gremios	0
<b>5</b>	<b>Informativos</b>	<b>46,4593333</b>
5.1	Avance de noticias y reportajes	4,23611111
5.2	Noticieros estelares	28,9593333
5.3	Opinión	10
5.4	Servicio público	3,26388889
<b>6</b>	<b>Documentales</b>	<b>18,95833334</b>
6.1	Ciencias sociales	0
6.2	Ciencias naturales	0
6.3	Artes	1,66666667
6.4	Políticos y personajes históricos	6,66666667
6.5	TV- educación	10,625
<b>7</b>	<b>Argumentales</b>	<b>0</b>
7.1	Dibujos animados	0
7.2	Telenovelas	0
7.3	Series	0
7.4	Cine	0
7.5	Humor	0
<b>8</b>	<b>Espectáculos</b>	<b>15,0694444</b>
8.1	Concursos	0
8.2	Musicales	0
8.3	Videomusicales	0
8.4	Variedades	0
8.5	Deportes	15,0694444
<b>9</b>	<b>Genero Magazine</b>	<b>0</b>
9.1	Misceláneas	0
9.2	Comentarios	0
9.3	Consejos	0
9.4	Servicio religioso	0
9.5	Comentarios religiosos	0
<b>10</b>	<b>Género Educativo</b>	<b>0</b>
10.1	TV Educativa	0
10.2	TV Escolar	0
10.3	Educación para el desarrollo	0
<b>11</b>	<b>Envite y azar</b>	<b>0</b>
<b>12</b>	<b>Alocuciones presidenciales</b>	<b>0</b>
<b>Total</b>		<b>100,0009999</b>