



La televisión global de noticias y su repercusión en los países del “Tercer Mundo”

Carolina Leonor Albornoz Falcón*

RESUMEN

La globalización, los agigantados avances tecnológicos de la televisión satelital, la comercialización y la desregulación de los sistemas de televisión nacionales, son factores que propiciaron la irrupción de poderosas cadenas televisivas que, a su vez, se convirtieron rápidamente en portadoras globales del flujo de noticias internacionales. Todas ellas, con casas matrices en países desarrollados, que desde el siglo XIX, vienen controlando el flujo de la información mundial, primero a través de las agencias informativas, y ahora, en pleno siglo XXI, mediante la televisión e Internet. Así pues, el dominio de la televisión global recae en los medios anglosajones: Cable Network News (CNN) de los EE.UU. y la British Broadcasting Corporation (BBC) de Gran Bretaña. Aunque, en esta última década, se ha acentuado la participación activa de la cadena satelital qatarí Al-Yazira, televisora árabe que nació aparentemente para contrarrestar la escalada informativa de la CNN en el Medio Oriente y, que en poco tiempo se convirtió en una fuente imprescindible cuando de noticias del lejano oriente se trata. Al-Yazira ha firmado sustanciosos convenios comerciales con grandes medios occidentales incluyendo la misma CNN. La cadena qatarí, cuenta también con una señal en inglés a fin de llegar a un público mundial más vasto y tiene como sede de este servicio a la ciudad meca de las finanzas internacionales: Nueva York. Por otro lado, el gobierno chino, lanzó recientemente la señal internacional de la Televisión Central de China (CCTV) en versión inglés y español. Cabe enfatizar, que últimamente las poderosas televisoras globales están introduciendo sus servicios en diversos idiomas del mundo dirigiéndose a regiones o mercados más específicos. Por las experiencias aquí plasmadas, podemos afirmar lo siguiente: a mayor poder económico de los países, mayor control de la información a nivel mundial. Pero ¿qué hace a los empresarios privados o a los gobiernos de estados poderosos crear un medio televisivo de alcance global y en diferentes lenguas? Esto es, sobre todo, para demostrar su poder político, económico, militar y, así como también, para influir ideológica y culturalmente en la audiencia mundial. Las repercusiones de estas televisoras noticiosas van más allá: influyen también en la toma de decisiones de políticas internas y externas de muchos países, entre ellos de los países así denominados del “Tercer Mundo”.



PALABRAS CLAVES

Globalización

Televisión Global

Noticias internacionales

INTRODUCCIÓN

Los medios de comunicación masiva internacionales, particularmente la televisión global, opera hoy en día en un contexto de globalización y en una coyuntura de capitalismo neoliberal. La televisión global noticiosa, con su epicentro en los países occidentales, produce y disemina información alrededor de todo el planeta determinando una influencia cultural y política especialmente en los países periféricos. Éstos carecen de grandes corporaciones mediáticas que podrían contrarrestar la arremetida informativa de cadenas televisivas hegemónicas que vienen dominando el mercado global de la información desde hace dos décadas. En el siglo XX, en plena Guerra Fría, las radioemisoras de las grandes potencias de ese entonces, empezaron a brindar sus servicios en idiomas y dialectos más remotos del mundo; ahora, en el siglo XXI, la televisión global está siguiendo similares parámetros al emitir su programación en distintos idiomas para así acaparar audiencias de regiones específicas, tal como lo está haciendo la CNN en español. Pero esta embestida informativa no queda aquí, sino también dirigen sus servicios a públicos de países concretos, como la CNN Chile, por ejemplo. Otro caso contundente, es el lanzamiento en el año 2008 de la versión árabe de la BBC World Service. Esta política de expansión informativa, generalmente se da con el apoyo de los gobiernos que buscan defender sus propios intereses.

Sin embargo, Sinclair alude que, “algunos críticos de la globalización argumentan que la televisión es a la vez una fuerza homogenizadora en sí misma, gracias a su programación, y un instrumento de otras fuerzas, en particular, del consumo global de su publicidad de marcas globales” (Sinclair, 2000, p. 78). En este sentido, la televisión global noticiosa hegemónica, es una fuerza homogenizadora de gran arraigo para incidir en la política nacional e internacional de algunos países. Y esto, ha quedado demostrado cuando muchos líderes políticos del mundo apoyaron unánimemente en el 2003, la invasión de Irak por parte de los Estados Unidos con argumentos inconsistentes tal como se evidenció tardíamente. En este sentido, nos atrevemos a afirmar que la campaña mediática desplegada por la CNN ha coadyuvado en esa dirección.

Precisamente para comprender y reflexionar sobre este fenómeno, en este estudio analizamos el contenido de las dos más grandes cadenas televisivas de alcance global en formato noticioso: CNN y BBC World Service, televisoras que producen y difunden noticias las 24 horas del día. Para la selección de nuestro problema de estudio, se ha considerado la opinión de varios investigadores de la escuela de “economía política” que destacan la importancia del idioma inglés en la formación de un mercado global para los productos culturales, tal como sucede actualmente con los noticieros



televisivos, producidos por cadenas globales que abarcan la mayor cantidad de audiencia mundial en lengua inglesa, quizá por ser esta la segunda lengua en el mundo y tener menos rechazo cultural en los países no anglosajones.

Se vislumbra entonces, el dominio de los Estados Unidos y Gran Bretaña en el mercado global informativo mundial, tendencia que es constante desde hace dos siglos: primero las agencias noticiosas, luego las radioemisoras internacionales y ahora, la televisión global que incluso se está inmiscuyendo vía satélite en territorios tan lejanos como Irán, donde la BBC World Service, el 2009 lanzó su servicio en idioma persa desde Londres.

MARCO TEÓRICO

Si la globalización es entendida como un proceso multidireccional y multidimensional (Barker, 1997), perniciosamente el flujo de la información que se disemina alrededor del mundo sigue teniendo su centro de producción y distribución sólo en los países occidentales o los denominados “primer mundo”. En la última década del siglo XX y la primera del siglo XXI, este fenómeno se ha acentuado más aún con los avances tecnológicos de la comunicación. Hoy en día, los gigantes conglomerados de comunicación también han desembocado en el negocio de contenidos informativos vía Internet.

La fuerza de la economía neoliberal ha propiciado, a fines de la década del 90 del siglo XX, la desregulación y privatización de instituciones televisivas estatales en Europa Occidental. Estos aspectos fomentaron el surgimiento de nuevos medios televisivos e impulsaron el crecimiento y consolidación de los grupos de comunicación. Por otro lado, en los EE.UU., la televisión y la radio, desde su nacimiento se ha visto predominado por el modelo comercial. Así se dio inicio a una competencia férrea de las corporaciones mediáticas tanto en EE.UU. como en Europa, a tal punto que estas se encuentran concentradas en reducidas manos. Estas posiciones hegemónicas “serían incompatibles con el pluralismo y, por tanto, pondrían en peligro la democracia, la diversidad cultural y la libre competencia” (Mora-Figueroa, 2009: 306p.). Efectivamente, los más vulnerables siguen siendo los países periféricos que consumen los contenidos periodísticos que no están de acorde con su cultura ni con sus estilos de vida.

Es preocupante el dominio mundial noticioso de las dos más grandes cadenas televisivas anglosajonas de alcance global: CNN y BBC World Service, que en el siglo XXI se acentuaron como las más importantes diseminadoras (y productoras) de noticias internacionales. ¿Qué hizo que estas cadenas se convirtieran en las más influyentes del mundo en menos de tres décadas? El fenómeno de la globalización y las nuevas tecnologías ligadas al avance de la televisión han ocasionado el auge de la televisión global y ésta, a la vez, también ha contribuido y sigue contribuyendo con la expansión de la globalización del capitalismo moderno a través de sus imágenes y discursos (Barker, 1997). La demanda por la información no era ajena a este proceso, sino como explicar el sorprendente éxito de la CNN que a inicios de la década del 80



del siglo anterior, empezó a satisfacer las necesidades informativas de los expatriados y hombres de negocios estadounidenses esparcidos por el mundo quienes ahora podían mantenerse informados las 24 horas del día acerca de lo que estaba sucediendo en el ámbito de las finanzas internacionales.

Por ello, podemos conceptualizar a la televisión global noticiosa como un medio de difusión transnacional que expande sus operaciones alrededor del mundo y no solamente en el 'idioma universal' que es el inglés, sino también en distintos idiomas de las colectividades a las cuales ésta aspira llegar. Así, se vislumbran las versiones CNN en español y la BBC en árabe, entre otros. Sin embargo, no les basta con la difusión de sus servicios en diferentes idiomas, sino crean servicios para países o territorios específicos, como la CNN Chile, CNN España, etc. El caso reciente, es la irrupción de la Televisión Central de China que emite su señal internacional en inglés y español. La televisión global de noticias internacionales se configura como una movida estratégica de las grandes corporaciones y, en algunos casos, como una estrategia política de algunos gobiernos de países hegemónicos.

Estas cadenas han hecho de la noticia internacional su principal insumo para captar audiencia mundial y de esta forma tratar de influir sobre ella, respondiendo a una línea editorial e ideológica específica. Aquí cabe preguntarse ¿cuáles son los valores noticiosos que convierten un acontecimiento en noticia de interés internacional? Los estudiosos Galtung y Ruge nos ayudan a dilucidar esta interrogante.

Galtung y Ruge, pioneros en los estudios de la estructura de las noticias internacionales, consideran los siguientes valores noticiosos: frecuencia, intensidad, falta de ambigüedad, significado cultural, consonancia, sorpresa, continuidad, equilibrio, referencia a naciones élites, referencia a personajes élite, referencia a personas y referencia a elementos negativos. Según estos autores los valores noticiosos que priman en los medios de comunicación del occidente son: referencia a naciones elites, referencia a personajes elite, referencia a personas y referencia a elementos negativos (Barker, 1997). En nuestros días, las noticias que emanan de la CNN y BBC no escapan a estos valores.

Por otro lado, la vigencia de los Estudios Culturales, planteados por los teóricos de la Escuela de Birmingham es de vital importancia para comprender el fenómeno de la televisión global noticiosa. Según esta perspectiva teórica, la cultura está influida por los grupos poderosos y dominantes. Los teóricos de esta corriente han aplicado muchos de sus conceptos a los medios de comunicación. En esta línea, Stuart Hall sostiene que los medios de comunicación son poderosas herramientas para la elite. Los medios de comunicación sirven para comunicar las formas de pensamiento dominantes, independientemente a la eficacia de este de pensamiento. Los estudios culturales ponen el acento en que los medios de comunicación mantienen al mando a los poderosos, mientras que los menos poderosos absorben lo que se les presenta (West y Turner, 2005).

Una buena parte de la teoría de los Estudios Culturales descansa en el concepto de hegemonía de Antonio Gramsci. Hegemonía se puede definir



como la influencia, el poder o la dominación de un grupo social sobre otro. West y Turner (2005), señalan que la idea gramsciana de hegemonía se basa en la idea marxista de conciencia falsa, un estado en el cual los individuos se vuelven inconscientes de la dominación en sus vidas. Es decir, las personas están propensas a apoyar tácitamente la ideología dominante de una cultura y la televisión global noticiosa juega un rol muy importante en este desequilibrio de poder.

Se presumía que la globalización coadyuvaría el flujo equilibrado de noticias internacionales, sin embargo, la brecha informativa entre los países desarrollados y en vías de desarrollo sigue siendo tan abismal como en los siglos pasados. Los esfuerzos por controlar la producción y difusión de noticias por parte de las grandes agencias de noticias como AFP, AP, Reuters, Efe; de los grupos mediáticos News Corporation, Time Warner y de la televisión global de noticias como la CNN, BBC, no tienen límites geográficos ni empresariales. Aquí, es menester señalar que el debate internacional de las décadas del setenta y ochenta promovido por la UNESCO sobre el “Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación” (NOMIC), es aún relevante para el estudio de la estructura de la comunicación internacional porque según John Sinclair (2000) representa la elevación, la extensión de una perspectiva teórica y crítica a nivel de la política mundial y, además, el intento de equilibrar los flujos de comunicación. Pero, *ad portas* de iniciarse la segunda década del siglo XXI, el desfase que hay entre los países del “Norte” y el “Sur” con respecto a la infraestructura tecnológica y la capacidad de producción y diseminación de contenidos es mucho más inmenso que antes. No hay pluralidad informativa en el mundo, pues, tanto la CNN como la BBC son televisoras globales que forman parte de gigantes corporaciones mediáticas. En ese sentido, coincidimos con muchos autores de la Escuela Crítica cuando señalan que las grandes corporaciones mediáticas influyen en importantes medidas políticas y económicas. Según este enfoque teórico, podríamos afirmar que, desde sus inicios, las noticias de la televisión global anglosajona son producidas desde la concepción filosófica y pragmática del occidente, que defiende los intereses políticos y económicos de los estados dominantes.

MÉTODOS Y RESULTADOS

Por ser un estudio del tipo descriptivo- explicativo, se ha empleado el método cualitativo y cuantitativo. Se ha utilizado la técnica de investigación del Análisis Morfológico para evaluar los contenidos noticiosos de la televisión global, en este caso de las cadenas CNN y BBC World Service, considerándose para tal fin las versiones emitidas en idioma inglés por tener una audiencia más numerosa. Se tomó como muestra cinco ediciones de días laborables consecutivos para cada canal, una edición por día. Se utilizó esta técnica con el propósito de establecer las tendencias ideopolíticas, sus estrategias y técnicas de difusión de dichos medios.

Asimismo, el trabajo de campo se complementó con el Análisis de Contenido, esto con el objetivo de determinar la intencionalidad de dicho



medios en la difusión de tales o cuales acontecimientos internacionales para, de esta forma, tratar de inferir su probable impacto en la audiencia de los países periféricos o así denominados del “Tercer Mundo”. Otra técnica aplicada es la entrevista en profundidad a algunos expertos en el tema.

Uno de los resultados de la investigación concerniente a los valores noticiosos –planteados por Galtung y Ruge- es que priman la referencia a naciones elites, referencia a personajes de la elite, referencia a personas y referencia a elementos negativos, sobre todo cuando se trata de información proveniente de los países periféricos. Es decir, la televisión global noticiosa se rige también por la tendencia de priorizar acontecimientos que tengan relación sobre todo con los países hegemónicos y con las desgracias o tragedias de los países “tercermundistas”.

ANÁLISIS Y DISCUSIÓN

En estos últimos años, se ha incrementado el número de cadenas televisivas globales de formato noticioso, creados, por un lado, por movidas estratégicas empresariales de los grandes conglomerados, tal es el caso de la CNN que está presente en todo el mundo, incluso con servicios en los propios idiomas de países o mercados específicos que pretenden satisfacer. ¿Cuáles son los intereses que les mueven?: captación de los dineros publicitarios, así como también, la pretensión de influir en la política interna de los países.

Por otro lado, la configuración de estas cadenas televisivas noticiosas, es el resultado de estrategias políticas de gobiernos o estados que pretenden tener influencia en el mundo, tal es el caso de la BBC de Gran Bretaña. Precisamente por ello, en la agenda informativa de estos canales destacan los valores noticiosos de referencia a naciones elites (EE. UU., Gran Bretaña, Francia, etc.) y a sus respectivos líderes políticos; y a elementos negativos acaecidos en los países del “Tercer Mundo”,

Si bien es cierto, que la televisión global puede ser un medio educativo, informativo y de entretenimiento, también puede ser un instrumento de propaganda ideológica y de desinformación. Y eso es lo que se ha podido encontrar en esta última década, cuando se produjo la invasión de Irak por parte de los EE.UU. en el año 2003, donde CNN asumió un rol casi propagandístico a favor de los Estados Unidos. O retrocediendo una década más, cuando esta misma cadena saltó a la palestra mundial durante la Guerra del Golfo Pérsico (1990), una guerra que algunos estudiosos consideran como la guerra entre el “primer mundo” y “tercer mundo”, donde se le envió un mensaje explícito a los países “tercermundistas” de quién mandaba a quien en el mundo. Este suceso marcó una etapa crucial en la televisión global de noticias por las siguientes razones: a) se defendió los intereses políticos, militares y económicos de los países desarrollados, b) se denominó al evento como la primera guerra televisiva transmitida a nivel mundial y c) representó el posicionamiento y auge de la CNN como un fenómeno televisivo transmitiendo noticias las 24 horas del día.



Más tarde, el éxito logrado por la CNN, impulsó el lanzamiento de la BBC World Service que a partir de 1997 viene difundiendo noticias en inglés alrededor del planeta. La BBC, siguiendo la política de su competidor directo, en el año 2008 lanzó al aire el servicio BBC Arabic Televisión que emite vía satélite. En enero del 2009, lanza la BBC Persian, servicio televisivo dirigido a tres países en los cuales se habla el idioma persa: Irán (70 millones de habitantes), Afganistán (20 millones) y Tadjikistán (10 millones). Este último lanzamiento se dio en tiempos cruciales de fragmentación política en Irán, (campañas electorales y la discutida reelección de Mahmud Ahmadinejad) y por eso fue duramente criticado por el gobierno iraní de Ahmadinejad. Pero la BBC Persian tuvo que esperar un año para cesar su emisión. Cabe recordar que en formato radiofónico lo viene haciendo desde 1941. Por lo visto, la corporación británica tiene prioridad en el Medio Oriente –primeros productores de petróleo- y, CNN en América Latina, por eso la presencia de la versión CNN en español, CNN Chile y CNN México.

Así pues, los países del norte (Gran Bretaña y EE.UU, en este caso) están presentes en el espectro de la televisión global noticiosa propalando su cultura y estilos de vida y, a la vez, defendiendo los intereses políticos, económicos y militares de sus países. Aunque, en estos recientes años han aparecido y siguen apareciendo nuevos canales globales de televisión noticiosa tales como Al-Yazira de Qatar, la Televisión Central de la China (CCTV), Russia Today (RT) - financiado por el Kremlin- y Telesur -fundado bajo el auspicio del gobierno venezolano Hugo Chávez-, los cuales intentan contrarrestar la arremetida informativa de los grupos hegemónicos, pero este fenómeno es tema de nuestra próxima estudio. El auge económico de China, demuestra una vez más la premisa, a mayor poder económico mundial, mayor interés en el manejo y control de la información. Sino, como explicar la reciente fundación (a comienzos de julio) de CNC World, con una programación de 24 horas de noticias en inglés. Con esta nueva unidad de negocio estratégico, el gobierno chino evidentemente quiere construir un imperio global mediático.

CONCLUSIONES

- ✓ La televisión global es inherente al fenómeno de la globalización del sistema capitalista moderno. Algunos casos explícitos: la BBC, corporación británica con presencia en todos los rincones del planeta; y la CNN, cadena estadounidense presente también en todo el mundo. Ambos canales informativos con presencia en distintos idiomas al inglés.
- ✓ Consolidación del mercado global informativo gracias al gran despliegue económico de estas cadenas televisivas noticiosas alrededor del mundo. Por ejemplo, el gobierno británico dispuso una gran partida económica para que la BBC tuviese presencia vía satélite en el Medio Oriente, donde coincidentemente predomina la cadena qatarí Al-Yazeera, conocida como la CNN del Lejano Oriente. Por otro lado, la CNN prioriza también sus servicios en diversos idiomas (CNN en español, por ejemplo), pero además, tiene servicios



dirigidos a audiencias específicas de un determinado país, por ejemplo CNN Chile con sede en la ciudad de Santiago. Como tal, evidenciamos pues, que en el siglo XXI, tanto la BBC como la CNN, están siguiendo la misma política del formato radiofónico del Servicio Mundial de la BBC Radio o la Voz de América (VOA) cuando difundían sus señales en idiomas tan remotos en tiempos de Guerra Fría.

- ✓ La globalización, la desregulación y los avances tecnológicos de la televisión (cable, satélite, fibra óptica, la señal digital) hacen que tanto el modelo de la televisión pública (BBC) como el modelo comercial (CNN) se imponen en el formato noticioso. Ambos canales defienden los intereses políticos, económicos, culturales y militares de sus respectivos países de origen con la intención de influir en la vida política de los países periféricos que no cuentan con poderosos consorcios mediáticos que bien podrían contrarrestar la escalada informativa del occidente.
- ✓ En la agenda informativa de ambos canales priman temas relacionados con los intereses de los países del hemisferio norte. Los valores noticiosos que prevalecen son las referencias a personajes de elite, las naciones de elite y referencias a elementos negativos cuando se trata de países en vías de desarrollo, dejando entrever que en esos países no acontece nada positivo.
- ✓ Referente a la teoría de la Economía Política de los medios, las cadenas televisoras en formato noticioso de alcance global, pertenecen tanto a la propiedad pública y privada. Aparte de las televisoras arriba mencionadas, también están otros casos exitosos: la cadena qatarí Al Jazeera que se mantiene con subsidios procedentes del estado y de la publicidad, la CCTV de propiedad del estado chino, entre otras. Así pues, mientras en la expansión de la televisión global de entretenimiento prevalece el capital privado, en la televisión global noticiosa predomina sobre todo el modelo público. Entonces, se puede afirmar que el poder de la información, por su capacidad de influencia, es prioridad número uno en los intereses de muchos gobiernos hegemónicos.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Baran, Stanley J. e Hidalgo, Jorge (2005). *Comunicación masiva en hispanoamérica. Cultura y literatura mediática*. McGraw- Hill Interamericana, México D.F.

Barker, Chris (1997). *Global Television. An Introduction*. Blackwell Publishers, Oxford.

Borja Mora-Figueroa, Monfort (2009). *El Mercado global de la comunicación. Éxitos y fracasos*. Ediciones Universidad de Navarra, Pamplona.



Boyd-Barret, Oliver y Thussu, Daya (1992). *Contra-flow in Global News*. John Libbey, Londres.

Bustamante, Enrique (Coordinador) (2003). *Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación. Las industrias culturales en la era digital*. Editorial Gedisa, Barcelona.

Cabello, Antonio Martín. "Comunicación, cultura e ideología en la obra de Stuart Hall". En www.revintsociologia.revistas.csic.es/index.php/revintsociologia/article/view/96/97, consultado el 5 de noviembre del 2009.

Castells, Manuel (1996). *The Rise of the Network Society*. Blackwell, Cambridge.

Diezhandino Nieto, María Pilar et al (2007). *Periodismo y poder. Políticos, periodistas y ciudadanos voluntariamente desinformados*. Pearson educación, Madrid.

Galtung, J. y Ruge, M. H. (1965). "News structure of foreign news", *Journal of Peace Research*, 1, pp. 64–90.

García Canclini, Néstor (1995). *Consumidores y ciudadanos: Conflictos multiculturales de la globalización*. Grijalbo, México D.F.

Humanes, María Luisa. "El encuadre mediático de la realidad social. Un análisis de los contenidos informativos en televisión". En www.ehu.es/zer11web/mhluisa.htm.

"Irán advierte a la BBC de que su canal en persa es ilegal" (2009). En <http://www.elmundo.es/elmundo/2009/01/21/comunicacion/1232536047.html>, consultado el 15 de febrero de 2010.

Mattelart, Armand y Mattelart, Michele (1997). *Historia de las teorías de la comunicación*. Paidós, Buenos Aires.

Morrison, D. (1992). *Television and the Gulf War*. John Libbey, London.

Reeves, Geoffrey (1993). *Communications and "Third World"*. Routledge, Londres.

Robinson, Piers. (2001). "Theorizing the influences of Media on World Politics: Models of Media Influences on Foreign Policy". *European Journal of Communication*, Nº 16.

----- (2002). *The CNN Effect. The myth of news, foreign policy and intervention*. Routledge, London.

Sinclair, John (1999). *Latin American Television: A Global View*. Oxford University Press, Oxford.

----- (2000) *Television: comunicación global y regionalización*. Editorial Gedisa, Barcelona.



West, Richard y Turner, Lynn (2005). *Teoría de la Comunicación. Análisis y aplicación*. McGraw-Hill/Interamericana de España.

* Escuela de Comunicación Social, Facultad de Letras y Ciencias Humanas,
Universidad Nacional Mayor de San Marcos
E-mail: claf.albornoz@gmail.com



Red de Historia de los Medios

<http://www.rehime.com.ar>

<http://www.youtube.com/rehimeargentina>