

ISLAM, COMUNICACIÓN Y POLÍTICA: EL CASO DE HISPANTV

اسلام، ارتباطات و سیاست: مورد مطالعه شبکه هیسپان تی وی

Ivan Carrazco

ISLAM, COMMUNICATION AND POLITICS: THE CASE OF HISPANTV

Ivan Carrazco¹

Abstract

The intertwining of mass media communication and politics with an Islamic charge is the proposal of the satellite television channel HispanTV from the Islamic Republic of Iran with various objectives: 1) to offer its own interpretation of world events; 2) to question the hegemonic perspective prevalent in European and American media; 3) to provide a platform where Islam is addressed in both its cultural and religious aspects, for both non-Muslims and Muslims. For these purposes, it has a news program that covers central events 24/7 across all latitudes through a wide network of correspondents throughout the American continent and other areas such as Turkey and Iran itself, where the Spanish language is prioritized, including a large translation team. Likewise, it features a variety of programs ranging from international political opinion, Iranian national politics, culture, technology, and also topics related to religion, both its practice and its theological positions in relation to various contemporary issues. From the beginning of its broadcasts in December 2011 to the present, it has faced various blockades and censorship as part of the economic sanctions package from both the European Union and the United States, which has prevented it from broadcasting openly in these regions; however, through various digital mechanisms and subterfuges, it has managed to fragment these measures, succeeding in launching its alternative message to the Spanish-speaking areas of the world: Latin America, the United States, Canada, and Europe, mainly in Spain.

Keywords: Islam, Communication, Politics, Hegemony, HispanTV

¹ Bachelor of Political Science; University of Guadalajara, Bolivia; ivan.carrazco.epg@gmail.com

ISLAM, COMUNICACIÓN Y POLÍTICA: EL CASO DE HISPANTV

اسلام، ارتباطات و سیاست: مورد مطالعه شبکه هیسپان تی وی

Ivan Carrazco²

Resumen

La imbricación de la comunicación en medios masivos y la política con una carga islámica es la propuesta del canal de televisión satelital HispanTV desde la República Islámica de Irán con diversos objetivos: 1) hacer una lectura propia de los acontecimientos del mundo; 2) cuestionar la perspectiva hegemónica que impera en los medios de comunicación europeos y estadounidenses; 3) ofrecer una plataforma donde se aborde el Islam tanto en sus aspectos culturales como religiosos, ya sea para no-musulmanes como para musulmanes. Para tales efectos, cuenta con un programa noticioso que cubre 24/7 los acontecimientos centrales en todas las latitudes mediante una amplia red de corresponsales en la totalidad del continente americano y otros espacios como Turquía y el propio Irán, donde se privilegia al idioma español, incluyendo un amplio equipo traductor. Asimismo, cuenta, con una diversidad de programas que van desde la opinión política internacional, política nacional iraní, cultura, tecnología y, también, temas relacionados a la religión tanto su práctica como sus posicionamientos teológicos con relación a diversos temas contemporáneos. Desde el inicio de sus transmisiones en diciembre de 2011 hasta la actualidad, se ha enfrentado a diversos bloqueos y censuras como parte del paquete de sanciones económicas de la Unión Europea como de Estados Unidos, lo que le ha impedido transmitirse de manera abierta en estas regiones; sin embargo, mediante diversos mecanismos y subterfugios digitales ha logrado fragmentar estas medidas logrando lanzar su mensaje alternativo al área que corresponde al habla hispana del mundo: América Latina, Estados Unidos, Canadá y Europa, principalmente en España.

Palabras clave: Islam, Comunicación, Política, Hegemonía, HispanTV

Introducción

El presente artículo busca realizar una aproximación a la relación entre medios de comunicación y política, tomando como objeto de estudio al canal de noticias de origen iraní HispanTV en español, tomando como base su postura particular en cuanto a propuesta mediática. Para ello, dividimos el trabajo en cinco partes, la primera titulada “Relación entre los Medios de Comunicación Masiva y Política” como su nombre lo indica pretende fungir como aparta teórico-metodológico para iniciar con un punto de partida común. El segundo, “La disrupción de los Medios de Comunicación Alternativos”, muy ligado al anterior, se orienta a cuestionar los modelos tradicionales de comunicación en lo que puede abarcar la contrahegemonía o lo alternativo. En un tercer apartado “Medios alternativos: el caso de HispanTV” nos centramos en la particularidad de nuestro caso de estudio. En un cuarto y quinta sección realizamos “una lectura geopolítica” y su “impacto en la región

² Licencia de ciencias políticas de la Universidad de Guadalajara, Bolivia; ivan.carrazco.epg@gmail.com

latinoamericana” para dar fundamentos a la relación entre política y comunicación. De forma transversal el Islam aparece como principal categoría de legitimidad para el sistema político iraní actual y como pieza central de cuestionamientos por parte de la política exterior hegemónica.

Relación entre los Medios de Comunicación Masiva y Política

Los Medios de Comunicación Masiva (o como Medios Masivos de Comunicación), son una herramienta para informar, entretener y generar modelos o conductas en determinados valores; es el espacio donde se promueve el consumo (comercial e ideas) y el creador de contenido pero, sobre todo, es el instrumento que permite llevar la problemática social, cultural, económica y política a un amplio espectro de la población y, de ahí, su masificación.

En el mundo moderno, globalizado y mediáticamente masificado, la sociedad está expuesta a la aparente diversidad de voces y opiniones que circulan en el medio. La difusión ha evolucionado desde una capacidad unidireccional hacia una interactiva, lo que ha hecho que la relación entre los medios de comunicación y el quehacer política se vuelva compleja y multifacética. Tanto en los países con regímenes democrático-liberales como con otro tipo de régimen político, la comunicación y la política conviven en plenitud y se ha profundizado con el uso de la comunicación satelital e internet, espacio remoto en donde se ubican las experiencias e influencias bidireccionales más significativas. Algunos puntos clave sobre esta relación de los Medios de Comunicación en temas públicos y políticos:

Formación de la opinión pública: desempeñan un papel crucial en la formación de la opinión pública al informar a la gente sobre temas políticos, proporcionar análisis y promover debates. Esto puede influir en cómo los ciudadanos perciben a los políticos, los partidos y las políticas.

Control de la agenda: tienen un poder considerable para determinar qué temas son importantes y merecen atención pública. A menudo, los actores políticos intentan influir en esta agenda tratando de llamar la atención sobre ciertos temas o desviando la atención de otros.

Campañas políticas: juegan un papel central en las campañas políticas al proporcionar una plataforma para que los candidatos transmitan sus mensajes, lleguen a los votantes y gestionen su imagen pública. Las estrategias de comunicación son cruciales para el éxito electoral.

Control de la información: Los actores políticos a menudo buscan controlar la información que se divulga a través de los medios de comunicación, ya sea a través de la manipulación de la narrativa, el acceso selectivo a los medios o la creación de sus propios medios de comunicación para difundir su mensaje sin filtros.

Escrutinio público: desempeñan un papel importante en la supervisión de los políticos y el gobierno, exponiendo la corrupción, los abusos de poder y otros problemas. Una función de “perro guardián”, “quinta columna”, o “cuarto poder” por su capacidad de influencia.

Relaciones simbióticas: Existe una relación simbiótica entre los políticos y los medios de comunicación, donde ambos lados dependen en cierta medida el uno del otro. Los actores políticos necesitan la atención de los medios para difundir su mensaje, mientras que los medios necesitan historias interesantes y acceso a fuentes para mantener a su audiencia comprometida.

Polarización: Algunos críticos argumentan que los medios de comunicación pueden contribuir a la polarización política al promover puntos de vista extremos o al dar voz a

opiniones sesgadas, lo que puede amplificar las divisiones en la sociedad.

Los medios de comunicación no escapan a participar en el juego político y, desde luego, ser parte del entramado económico-social, haciendo que muchos de ellos sirvan a intereses creados por grupos particulares. Así, en la actualidad encontramos un oligopolio mediático que controla las principales cadenas de noticias y de generación de información alrededor del mundo, señalando una agenda noticiosa pero, sobre todo, construyendo un ideal del mundo, de la sociedad y de la cultura, una cosmovisión basada en una sola forma de ver al mundo a partir de conceptos muy particulares con pretensión de universalidad.

La disrupción de los Medios de Comunicación Alternativos

Con la implementación del uso de comunicaciones satelitales e internet, los espacios informativos alternativos han emergido como opción al monopolio informativo de los medios tradicionales o consolidados. La aparición y proliferación de los medios alternativos ha traído consigo una disrupción significativa en dicho panorama mediático. Algunos de los elementos que los medios de comunicación alternativos han aportado son:

Mayor diversidad de voces: permiten que una variedad más amplia de voces y perspectivas sean escuchadas. Esto desafía el dominio de los medios de comunicación tradicionales y proporciona plataformas para grupos marginados o subrepresentados.

Acceso a información alternativa: suelen cubrir historias y temas que pueden ser ignorados o minimizados por los medios de comunicación convencionales. Esto proporciona a los espectadores acceso a una gama más amplia de información y puntos de vista.

Participación ciudadana: fomentan la participación ciudadana al permitir que los individuos contribuyan con contenido, ya sea a través de blogs, videos en línea o redes sociales. Esto puede fortalecer la democracia al empoderar a las personas para que se conviertan en creadores de contenido y contribuyan a la discusión pública.

Crítica a los medios convencionales: a menudo critican los sesgos y la falta de diversidad en los medios de comunicación tradicionales. Esto puede fomentar una mayor rendición de cuentas y transparencia en el periodismo.

Desafíos financieros para los medios tradicionales: La proliferación de medios alternativos, especialmente en línea, ha llevado a una competencia por la atención del público y por los ingresos publicitarios. Esto ha planteado desafíos financieros para los medios de comunicación tradicionales, que a menudo dependen en gran medida de la publicidad para su viabilidad económica.

Riesgos de desinformación: Si bien los medios alternativos pueden proporcionar una mayor diversidad de voces y perspectivas, también pueden ser propensos a la desinformación y la manipulación. La falta de regulación y los bajos estándares de verificación de hechos pueden permitir que se difundan noticias falsas y teorías de conspiración (éstas últimas, aunque no ajenas a los medios tradicionales, son éstos los que utilizan estos calificativos para los medios alternativos).

Los Medios Alternativos realizan una crítica a los Medios de Comunicación tradicionales principalmente por sus sesgos monopólicos los cuales están asociados con el control excesivo de la información, la falta de diversidad de voces y perspectivas, la concentración de poder y la manipulación de la agenda pública. Tales problemas pueden tener repercusiones negativas en las libertades de expresión, la calidad del periodismo y la toma de decisiones entre los actores políticos.

En esta relación de Medios de Comunicación, política, monopolios y control de la información, encontramos a seis grandes grupos mediáticos, con sede estadounidense (

Time Warner, Walt Disney Co., News Corp -fusionado con 21st Century Fox-, NBC Universal, Viacom y CBS),³ que estarían controlando en la actualidad en torno al 70% del sector mediático en todo el mundo, lo que indica perfectamente el alcance de su poder. Dichos grupos estarían contando con hasta 1.500 periódicos en todo el mundo, 1.100 revistas, 2.400 editoriales, 9.000 emisoras de radio y 1.500 cadenas de televisión.⁴ Un caso de este control mediático a cargo de un actor político, lo hallaríamos en la persona de Rupert Murdoch, el dueño de NewsCorp, el cual, solamente en Estados Unidos cuenta con la propiedad de empresas como Fox News, Wall Street Journal o New York Post, cadenas y periódicos que, además, son consultadas en todo el mundo. En Reino Unido cuenta con medios como BSkyB, Sun y Times. Y en Australia es dueño del Herald Sun y The Australian, “su emporio se extiende con contundencia por toda la anglosfera y allá donde ésta llega a otros países”.⁵

Medios alternativos: el caso de HispanTV

HispanTV es un canal de televisión por satélite y una agencia de noticias en línea con sede en Teherán, Irán. Fue lanzado en 2011 con el objetivo de proporcionar una perspectiva alternativa de noticias desde una perspectiva iraní a la audiencia de habla hispana en todo el mundo. Entre los aspectos a destacar, encontramos:

Propiedad y financiamiento: es propiedad de la *Islamic Republic of Iran Broadcasting* (IRIB, por sus siglas en inglés)⁶, la radiodifusora estatal de Irán. Por lo tanto, está financiado y controlado por el gobierno iraní.

Contenido y cobertura: ofrece una amplia gama de contenido, que incluye noticias, análisis político, programas de debate, documentales y programación cultural. Su cobertura se centra en noticias internacionales, con un enfoque particular en los eventos y temas que afectan a la región de Oriente Medio (Asia Occidental) y el mundo islámico (que integra la OCI, Organización de Cooperación Islámica). También ofrece una visión alternativa de eventos y temas que no son ampliamente cubiertos por los medios de comunicación tradicionales hegemónicos (“occidentales”).

Perspectiva editorial: Dado su vínculo con el gobierno iraní, HispanTV a menudo presenta una perspectiva que refleja los intereses y puntos de vista del gobierno iraní. Esto incluye un enfoque crítico hacia las políticas y posicionamientos mediáticos de Estados Unidos y sus aliados, así como una defensa y explicación profunda de las posiciones de Irán en cuestiones regionales e internacionales.

Difusión y alcance: HispanTV se transmite a través de satélites, cable, IPTV y plataformas en línea, lo que le permite llegar a una audiencia global de habla hispana. Su programación se distribuye en varios países de América Latina, así como en España, Estados Unidos y otras partes del mundo hispanohablante.

Críticas y controversias: ha sido objeto de críticas y controversias, especialmente por parte de gobiernos y organizaciones que cuestionan su independencia editorial y lo acusan

3. Se sumarían a estos otros tres: Vivendi Universal y Bertelsmann, en Reino Unido; y Sony, en Japón, estrechamente vinculados.

4. Emmanuel Martínez Alcocer. “Mediocracia: poder político, democracia y medios de comunicación (5). Posmodernia, 2023. Disponible en: <https://goo.su/r1tZG4t>

5. Ibíd. y, además, Cfr. Stephen Foley. “The Big Question: Is there no limit to the expansion of Rupert Murdoch's media empire?”. Independent, 2008. Disponible en: <https://goo.su/h66j>

6. En español: Radiodifusión de la República Islámica de Irán; en persa: صدا و سیماي جمهوری اسلامی ایران. Es una de las mayores corporaciones mediáticas en Asia y forma parte de la Unión Asia-Pacífica de Radiodifusión. Es una institución independiente del Gobierno iraní y el cargo directivo es elegido directamente por el Líder Supremo.

de difundir propaganda en nombre del gobierno iraní. También se ha cuestionado su cobertura de ciertos eventos, así como su enfoque que cuestiona los valores hegemónicos "occidentales" de los derechos humanos y las relaciones internacionales.

HispanTV: una lectura geopolítica

En el acto que inauguró su puesta en marcha, el medio de comunicación español RTVE cubrió la nota y escribió para su cuenta en línea:

Irán ha inaugurado este martes de manera oficial su canal de televisión por satélite en español, HispanTV, en un edificio propio y con una programación de 24 horas al día, en un acto en el que intervino por videoconferencia el presidente del país, Mahmud Ahmadineyad.

HispanTV, el primer canal en español de Oriente Medio y el Golfo Pérsico, inició su programación el pasado 21 de diciembre, con 16 horas diarias de emisión para América y Europa, desde las instalaciones de PressTV, la cadena iraní por satélite en lengua inglesa.

En el acto inaugural estuvieron presentes el ministro iraní de Asuntos Exteriores, Ali Akbar Salehi, y los embajadores de Cuba, Nicaragua, Venezuela y Bolivia, entre otros representantes latinoamericanos.

Frases en español

En su alocución, Ahmadineyad ha manifestado el deseo que HispanTV llegue a millones de hispanohablantes en Latinoamérica, Estados Unidos y Europa y, en español, dio vivas a la paz, el pueblo y América Latina.

También ha dado vivas a España según las agencias Efe y Afp, aunque no se ha escuchado en la grabación original.

Según el gobernante iraní, este nuevo canal trabajará con transparencia para mostrar "la realidad cultural de Irán, Oriente Medio y América Latina" y aseveró que también "limitará el terreno de los que pretenden dominar los medios de comunicación".

La inauguración oficial de HispanTV se produce en un momento de grave tensión entre Irán y los países occidentales, especialmente EEUU, al que Teherán considera su principal enemigo, junto a Israel, y la Unión Europea, que han impuesto nuevas sanciones, en las que se incluyen material bancarias y petroleras.

En los últimos años, Irán ha estrechado sus lazos políticos y económicos con América Latina, pese a las presiones de Estados Unidos para aislar a Teherán.

Este es el tercer canal en una lengua distinta del persa que abre la televisión oficial iraní (IRIB), después de las cadenas en árabe Al Alam y en inglés PressTV, aunque también dispone de otro canal en el que se emiten programas en media docena de idiomas diferentes.

Periodistas españoles y latinoamericanos

Para su labor informativa, HispanTV cuenta en Teherán con una amplia redacción de reporteros, cámaras, editores y presentadores, además de técnicos y personal de producción y apoyo, entre ellos algunos procedentes de España y varios países latinoamericanos.

Además de los informativos, debates, reportajes, programas de entretenimiento y documentales de carácter político, social y económico, emitirá películas y series iraníes, todo ello doblado al español, para lo que actualmente los responsables desarrollan un amplio trabajo en Irán y España, donde se graban las bandas sonoras.

Las informaciones de HispanTV cubrirán especialmente el ámbito de Irán, Oriente Medio, España y Latinoamérica, según dijeron a Efe sus responsables, para lo que el canal tiene una red de corresponsales en todo el mundo.

Según sus directivos, HispanTV cuenta ya con más de 2.000 largometrajes y series de acción, drama, comedia y melodrama, todos ellos de producción iraní y sujetos a las rígidas normas morales impuestas por el sistema teocrático de la República Islámica.⁷

Por su parte, el canal de noticias BBC (*British Broadcasting Corporation*, en español: “Corporación Británica de Radiodifusión”)⁸ cubrió la nota bajo el título: “Los objetivos de Irán con su canal en español” firmada por William Márquez, desde Washington para BBC Mundo el 30 de diciembre de 2011. Al respecto redactó:

A finales de diciembre, la televisión estatal de Irán lanzó HispanTV, un canal internacional en español dirigido particularmente a América Latina que pretende romper el predominio de los medios occidentales -especialmente estadounidenses- en la región.

La nueva programación en español se suma a las transmisiones en inglés, árabe y otros idiomas que Teherán ya produce y que obedece a una política para expandir su presencia en los mercados mediáticos internacionales.

Pero los analistas de ese país de Asia Central también observan que la estrategia tiene como objetivo influir en la opinión pública del propio país.

Lucha mediática

HispanTV inició sus transmisiones el 21 de diciembre con 16 horas diarias de programación en español para competir con las emisoras internacionales que están "amordazadas por el imperialismo, ocultando la verdad y tergiversando los hechos", como lo declaró el ejecutivo del canal Mohamed Sarafriz.

Pero para el escritor y periodista iraní Omid Memarian, que vive y trabaja en Nueva York, la decisión de lanzar el canal tiene que interpretarse en el marco de la relación entre Teherán y Washington.

"Irán tiene una lucha contra Estados Unidos en diferentes niveles y los medios son uno de los campos de batalla", explicó en declaraciones a BBC Mundo.

"Como Estados Unidos domina los medios establecidos en Occidente, Irán intenta encontrar un nicho donde no haya una presencia estadounidense o donde exista un sentimiento antinorteamericano".

Con la aparición de varios líderes de tendencia izquierdista en América Latina, que de una manera u otra desafían el monopolio de EE.UU. en la escena internacional, Irán se ha acercado a las potencias emergentes y regionales del continente.

7. “Ahmadineyad inaugura un canal iraní en español dando vivas a España y América Latina”. RTVE, 31 de enero de 2012. Disponible en: <https://goo.su/cRoE>

La redacción de la nota corrió a cargo de la Agencia de Noticias EFE (Madrid, España) la cual según su autodescripción “es una empresa informativa que cubre todos los ámbitos de la información en los soportes informativos de prensa escrita, radio, televisión e internet. Distribuye un volumen de tres millones de noticias al año a más de dos mil medios de comunicación, por medio de una red con más de tres mil periodistas de 60 nacionalidades. Opera 24 horas al día desde al menos, 180 ciudades de 110 países y con cuatro meses de edición en Madrid, Bogotá, Río de Janeiro y Bangkok. Fue la primera agencia española en tener delegaciones en todas las comunidades y ciudades autónomas españolas, contribuyendo a la vertebración informativa del territorio nacional. Es la principal agencia de noticias multimedia en español y la cuarta más grande del mundo después de Associated Press, Reuters y Agence France-Presse”. Cfr. <https://efe.com/>

8. La BBC se autodescribe en su artículo “La BBC en 11 preguntas”. Disponible en: <https://goo.su/gEz159A>

Desde el 14 de enero de 2009 cuenta con una sección televisiva en idioma persa dirigida a los habitantes de Irán, Afganistán, Uzbekistán y Tayikistán. El presupuesto anual corresponde a 15 millones de libras esterlinas y es financiado por el Ministerio de Relaciones Exteriores y la Mancomunidad de Naciones y el Servicio Mundial de la BBC. Aunque la radiodifusión de la BBC persa comenzó desde el 29 de diciembre de 1940 en el marco de la IIGM. Cerró oficinas tras la Revolución Islámica pero siguió generando contenido desde Londres. Tuvo amplia participación durante el Golpe de Estado de 1953 y bajo el gobierno del Shah. Desde 1999 se le permite una corresponsalía directa en Teherán y, desde 2001, tiene presencia en la red de internet. Cfr. <https://www.bbc.com/persian>

Enorme inversión

Mucho se ha reportado sobre la mediación del otrora presidente brasileño Lula da Silva al programa nuclear iraní o de los piropos de Hugo Chávez y Evo Morales a Mahmoud Ahmadinejad. Pero Omid Memarian explica que estas relaciones tienen varias facetas.

"Teherán entiende que Brasil, Venezuela, inclusive Bolivia y otros tienen voz en los foros internacionales. Pero para ganarse sus votos en organizaciones como la ONU, tienen que ganarse la opinión pública de esos países", comentó.

A su juicio, "eso no se puede hacer solo con acuerdos arteros. Para ganarse ese apoyo deben influir en la sociedad civil y en los medios y para eso desarrollan esta herramienta de un canal en español".

La inversión es enorme, pero el periodista indica que la televisión estatal iraní es una institución de recursos "casi ilimitados". Está bajo el control del Líder Supremo, el ayatolá Alí Jamenei, nadie sabe exactamente cuál es el presupuesto y ni siquiera el Parlamento puede cuestionar cómo se invierten los recursos.

A pesar de esto, Memarian considera que la inversión es un desperdicio de dinero.

"Los directores no entienden los medios del siglo XXI", señala. "En lugar de tener programas de alta calidad hechos independientemente se han inclinado por la propaganda ideológica".

Aunque el jefe de la televisión estatal de Irán, Ezzatollah Zarghami, declaró que uno de los objetivos de HispanTV es convencer a los latinoamericanos de "la legitimidad" de su sistema, el canal en español insiste que la programación no es religiosa.

Según éste, se limita a temas de actualidad noticiosa, documentales, películas y telenovelas.

El poder de la palabra

No obstante, el analista en temas iraníes del Servicio de Monitoreo de la BBC, Saeed Barzin, afirma que para los líderes de ese país, los medios tienen un significado mucho más profundo.

"La República Islámica de Irán es un establecimiento teológico que estudia y usa las palabras para persuadir al pueblo a seguir la fe", expresó.

"Los líderes religiosos iraníes entienden que la palabra se convierte en influencia y esa influencia conduce a poder político".

Barzin también señala que el gobierno ha aprendido mucho del éxito que ha tenido China en el manejo de la propaganda de fuentes rivales o de oposición y que además manejan temas con la intención de crear un vínculo psicológico y emocional con la audiencia como es la problemática palestina.

"Saben que esto genera mucho debate y es un tema en el que países como Estados Unidos y el Reino Unido flaquean", comentó.

Pero las transmisiones iraníes en varios idiomas no solo tienen como objetivo encontrar una base de apoyo internacional. A través de un manejo "sofisticado" de los medios se busca influir en el ámbito nacional, asegura el analista.

Cuando hay una noticia interna de carácter sensible que no quieren que impacte directamente al pueblo, emiten primero una versión oficial hacia el exterior para que los medios y las agencias internacionales la recojan.

Estos, a su vez, retransmiten la noticia a través de sus canales internacionales, sitios internet y redes sociales que penetran Irán.

"El pueblo recibe una noticia rebotada y 'legitimada' porque les ha llegado por esos medios internacionales".

Queda por ver, sin embargo, cuánto impacto podrá tener HispanTV en un mercado latinoamericano inundado por redes internacionales que llevan años transmitiendo en español, como CNN, Televisión Española, Deutsche Welle, Voz de América y la BBC.⁹

Destaca un tema principal: la percepción de la cobertura mediática como una estrategia de lucha ideológica de Irán vs Estados Unidos o, de manera general, del Islam vs “Occidente”, bajo el paradigma del “choque de civilizaciones”, en un espacio territorial que es considerado como la penetración en el “patio trasero de los Estados Unidos” (*America's Backyard*).

Por el lado de los Estados Unidos (y sus aliados, principalmente atlánticos pero no únicamente) es vista como una agresión y califica tales esfuerzos como propaganda, diferenciando así a ésta de la comunicación política, mientras que la primera busca manipular, la segunda intenta generar agenda. Es un discurso maniqueo que posiciona una criterio distinción, que se suma a toda la construcción epistemológica que se ha hecho del Islam y las y los musulmanes, junto con sus regímenes políticos y su forma de vida.

Por parte de Irán, se observa una propuesta de enfrentar la capacidad de influir en los asuntos públicos por parte de cadenas mediáticas consolidadas, desde su punto de vista. Además, se suma a la oportunidad de encontrar aliados a nivel regional bajo un mismo discurso: la lucha contra el imperialismo. En este sentido, encontró eco con otros actores que comparten ciertos valores en el plano internacional. Así, mientras que en la primera parte de la presidencia de Mahmud Ahmadineyad (2005-2009) se enfrentó a diversas sanciones con intención de aislar a la República Islámica, en el segundo mandato (2009-2013) se encargó de modificar su estrategia en materia de política exterior, aumentando su presencia en otras regiones, entre ellas, América Latina.

Los países latinoamericanos, con fuerte oposición a la injerencia histórica de los EE. UU. tuvieron conexión con esta propuesta y comenzó una era de intercambio tecnológico, cultural, comercial y político, entre ellos, el manejo de la información con la propuesta de HispanTV. La vanguardia de éstos fueron los integrantes de la “Alianza Bolivariana para los Pueblos de Nuestra América - Tratado de Comercio de los Pueblos” (ALBA-TCP): Venezuela, Cuba, Nicaragua, Bolivia, Antigua y Barbuda, Dominica, Granada, San Cristóbal y Nieves, San Vicente y las Granadinas y Santa Lucía. Ahmadineyad visitó la región 4 veces entre 2006 y 2010, dos veces en 2012 y 3 en el primer semestre de su último año en la presidencia, éstas tres visitas generaron simpatía entre los pueblos por tratarse de eventos protocolares muy simbólicos: el acompañamiento al funeral de Hugo Chávez y la toma de posesión de Nicolás Maduro como nuevo presidente venezolano, y la toma de protesta de Rafael Correa como presidente reelecto de Ecuador.

A decir de Jean-Jacques Kourliandsky, estas relaciones no son nuevas pero en la nueva coyuntura alcanza tintes políticos de mayor intensidad. Al respecto sostiene:

Irán y algunos países latinoamericanos están creando nuevos puentes. La continuidad y el enriquecimiento de los intercambios tanto en la economía como en la arena político-diplomática y cultural reflejan ante todo una reciprocidad fundada en intereses y objetivos comunes. Pero también se plantea una pregunta relativa al programa que sustenta y alimenta esta reciprocidad productora de lazos tan diversos.¹⁰

9. William Márquez. “Los objetivos de Irán con su canal en español”. BBC Mundo, 31 de diciembre de 2011. Disponible en: <https://goo.su/T8TcuB>

10 Jean-Jacques Kourliandsky. “Irán y América Latina: más cerca por una coyuntura de futuro incierto”. Nueva Sociedad (NUSO), N. 246, julio-agosto 2013. Disponible en: <https://goo.su/9dFj3WF>

En palabras de Sergio Castaño para la plataforma en línea *Diálogo Político*:¹¹

No existe ningún componente ideológico en esta aproximación. Sino que responde a una alianza pragmática motivada por la posibilidad de poder actuar contra un enemigo común. Además, Irán necesita aliados políticos y comerciales en América Latina para tratar de paliar las consecuencias de las sanciones y de las malas relaciones mantenidas con la mayor parte de sus vecinos en Oriente Próximo.

Sostiene además que la estrategia de Irán para América Latina está basado en el uso del *soft power* (poder blando) bajo tres niveles: 1) diplomático, desde las embajadas; 2) presencia en redes sociales; y 3) el uso de los medios de comunicación, sobre ésta última, el caso de HispanTV. Sobre éste caso en particular escribe:

Con el objetivo de acercarse a Latinoamérica, Irán elaboró una narrativa con la que pretende ensalzar los nexos entre ambas realidades. Hay permanentes alusiones a su posición contraria al imperialismo y a la necesidad de establecer un nuevo orden mundial. La llamada a luchar contra el imperialismo contrasta con los valores culturales que se tratan de transmitir, los que, de forma permanente, hacen referencia a las raíces del imperio persa. Los valores religiosos son siempre una constante en el mensaje iraní. Se exportan los principios del islam chií. Pero, a la vez, se destaca la importancia de la religión para consolidar otros valores, como la lealtad o la familia, con independencia del culto que se practique. También expresan su identificación con las propuestas de la izquierda bolivariana.

(...) *HispanTV* ha sido señalado como un instrumento de propaganda del régimen iraní y criticado por difundir desinformación. No obstante, el enfoque alternativo que ofrece de la realidad internacional ha logrado conectar con amplios sectores de la izquierda latinoamericana. Aunque no se puede considerar a *HispanTV* como un canal de noticias de referencia en América Latina, es un medio para que Irán cumpla su propósito. Los mensajes emitidos a través del canal son posteriormente difundidos por las redes sociales y llegan a diferentes grupos de la sociedad.¹²

Impacto de HispanTV en América Latina

Según el informe presentado por la Oxford Internet Institute (OII) a cargo de Jonathan Bright (entre otros) “el español es con diferencia la lengua que más peso tiene en las redes”, después de analizar la producción de algunos medios estatales procedentes de Rusia, China, Turquía e Irán en esta lengua. Señala que RT (de Rusia) es la que más influencia tiene en América Latina por lo que “es indudablemente uno de sus campos de batalla”; pero destaca también la producción de HispanTV frente a “otros medios tradicionales” en la medida de sus interacciones con los usuarios. En el mismo sentido, la RFI (Radio Internacional de Francia) se hace eco de este estudio y destaca la influencia de la cadena en un “nivel muy alto”. Todos los medios de comunicación que replicaron la noticia dieron a conocer

La revista Nueva Sociedad se autodefine en su página como: “una revista latinoamericana de ciencias sociales abierta a las corrientes de pensamiento progresista, que aboga por el desarrollo de la democracia política, económica y social en la región”. Activa desde 1972 con sede en Buenos Aires, Argentina. Como “un proyecto de la Fundación Friedrich Ebert (FES), institución creada en 1925 como legado político de Friedrich Ebert, socialdemócrata y primer presidente alemán elegido democráticamente”.

11 Autodescrita como “una plataforma para influenciadores políticos sobre temas de relevancia en América Latina en base a los valores de libertad, solidaridad y justicia”. Auspiciada por la Konrad-Adenauer-Stiftung (Fundación Konrad Adenauer, KAS) que, según su página, fue creada por la Unión Demócrata Cristiana de Alemania para fomentar a nivel mundial los ideales demócrata-cristianos y social-cristianos. Cfr. <https://www.kas.de/de/>

12. Sergio Castaño. “Las ambiciones de Irán en América Latina”. *Diálogo Político*, 11 marzo de 2024. Disponible en: <https://goo.su/kk1Q>

ampliamente sus conclusiones, que se sostuvieron en los siguientes términos: ¹³

Si bien la mayoría de estos medios aunque tienen redes de distribución más pequeñas que fuentes de noticias destacadas como *Le Monde*, *Der Spiegel* y *El País*, algunas operaciones de medios respaldadas por el Estado pueden lograr mayores niveles de participación en el contenido que producen. Los informes relacionados con el coronavirus que distribuyen estos medios respaldados por el estado reflejan una combinación de información confiable y falsa o engañosa, algunas de las cuales intentos de socavar las democracias occidentales, reforzar los éxitos de sus países de origen y alimentar teorías de conspiración. Las variaciones en la cobertura del coronavirus en francés, alemán y español identificadas durante el período de observación finalmente subrayaron las metas y objetivos distintivos de estas operaciones de medios de comunicación en idiomas distintos del inglés en medio de la pandemia global.¹⁴

El espacio de influencia de los medios tradicionales sostienen que el objetivo de estos medios, centrando la atención en HispanTV, tiene tres principales objetivos: 1) Minar la confianza de las instituciones “occidentales” y generar caos; 2) en la región de América Latina (y con el uso del español) “fomentar un profundo sentimiento antiestadounidense”; y 3) “elogiar los países de cada medio”.¹⁵

Otra forma de medir el impacto la podemos observar en la cantidad de ocasiones en las que el canal fue sometido al bloqueo en las redes sociales (Google, Facebook, YouTube, Twitter). Coincidió la censura con alguna medida contra el país, por ejemplo: el cierre de sus medios en enero de 2020 en el marco del asesinato del General Qassem Soleimani y, posteriormente, el bloqueo de cuentas individuales si hacen referencia a su martirio, su imagen o algo que lo relacione. También hubo censura en el marco de las protestas de 2018-2019 y 2023, cerrando toda posibilidad de explicar por sí mismos los acontecimientos al interior del país y quedando sujetos a lo que difundieran los medios tradicionales “occidentales”.

A pesar de estos detalles, la cadena HispanTV ha conseguido algunos reconocimientos como: el Premio Excelencia y Calidad de la Asociación Nacional de Liderazgo y Excelencia de Brasil, el Premio Internacional de Periodismo, el premio Pilar Blanco, Premio Tierra Palestina 2015, el Micrófono de Oro y el premio de Global Quality Foundation. Asimismo, algunos de sus comunicadores y presentadores han sido reconocidos por su actividad periodística e informativa.

Palabras Finales

Los medios de comunicación masiva forman parte del entramado social en la vida actual y globalizada de forma cada vez más acentuada a medida de su devenir. Juegan un papel central en la vida política, social y cultural de los ciudadanos al ser un actor político y ser uno de los principales constructores de opinión pública. Sin embargo, debido a la concentración de la información en unas pocas manos (oligopolios) han surgido medios alternativos con la capacidad de proponer una visión del mundo diferente sobre ciertos

13. La información principal aquí tomada proviene de El País, que se incluye en el resto de medios, para mayor detalle cfr. <https://goo.su/hoYif>

14. Sobre los datos del informe, metodología y resultados cfr. Katarina Rebello, Christian Schwieter, Marcel Schliebs, Kate Joynes-Burgess, Mona Elswah, Jonathan Bright, Philip N. Howard. “Covid-19 News and Information from State-Backed Outlets Targeting French, German and Spanish-Speaking Social Media Users. Understanding Chinese, Iranian, Russian and Turkish Outlets”. Oxford Internet Institute, 29 de junio de 2020.

15. Jordi Pérez Colomé. “La agresiva (y exitosa) estrategia en redes de los medios estatales de Rusia, China, Irán y Turquía. Un estudio alerta del peso creciente de la cadena rusa RT en español en América Latina”. El País, 29 de junio de 2020. Disponible en: <https://goo.su/BNyX>

temas.

Cuando esta acción incluye a países, ideologías y formas de vida, se hace notoria la existencia de una pluralidad inconforme con el *statu quo* que busca romper la hegemonía y “el mundo de una sola visión”, exigiendo la apertura, la libertad y el derecho de dar su *propio* punto de vista. En este marco, surge el canal de noticias Hispantv, un medio informativo que busca abarcar al público hispanohablante de todas las latitudes, con especial énfasis en América Latina y España.

Sin embargo, la irrupción mediática de este medio la han colocado en una de las principales arenas de batalla geopolítica que forma parte de un amplio conflicto de poder y que ésta sólo es una parte de un modelo híbrido de la guerra (de cuarta generación) y de la búsqueda del control epistemológico. Observamos que un frente de batalla ocurre en los medios digitales hegemónicos que, al contar con una posesión privada en conexión con sus respectivos estados, utilizan criterios discrecionales de inclusión/exclusión; utilizando la retorica de la independencia, la autonomía y la objetividad, acusan a los medios alternativos de no serlo y de estar influenciados por sus propios estados.

La realidad rebasa esta falsa dicotomía y nos revela la necesidad de ampliar los horizontes, de generar opinión pública crítica y, sobre todo, dotar de capacidad intelectual a los espectadores-consumidores a efectos de no ser presa fácil del contenido mediático controlado por intereses particulares y que pretenden una “verdad absoluta” y/o “universalizar lo particular”.

Referencia

- Emmanuel Martínez Alcocer. “Mediocracia: poder político, democracia y medios de comunicación (5). Posmodernia, 2023. Disponible en: <https://goo.su/r1tZG4t>
- Ibíd. y, además, Cfr. Stephen Foley. “The Big Question: Is there no limit to the expansion of Rupert Murdoch's media empire?”. Independent, 2008. Disponible en: <https://goo.su/h66j>
- William Márquez. “Los objetivos de Irán con su canal en español”. BBC Mundo, 31 de diciembre de 2011. Disponible en: <https://goo.su/T8TcuB#>