

## *Inevitable pantalla de todas las horas*

GUSTAVO HERNÁNDEZ DÍAZ

BERNARDINO HERRERA



GUSTAVO HERNÁNDEZ DÍAZ. Caracas, 1961. Licenciado en Artes. Miembro del Instituto de Investigaciones de la Comunicación, ININCO-UCV. Premio anual de la Asociación de Profesores de la UCV al mejor trabajo de ascenso (1997). Autor del libro: *Teleniños y televiolencias* (1998).

BERNARDINO HERRERA. La Guaira, 1958. Licenciado en Historia. Magister en Historia. Miembro del Instituto de Investigaciones de la Comunicación, ININCO-UCV. Ha recibido los premios Alberto Adriani 1995, de ensayos económicos, y Arcila Farías 1996, a la excelencia en los trabajos de historia.

---

## ***Inevitable pantalla de todas las horas***

---

La expansión de la televisión abierta: canales de cobertura nacional

*Boom* de la televisión regional

TV por suscripción: el negocio de la década

El ocaso de las televisoras estatales

La publicidad en la TV

¿Cómo ha sido nuestra televisión?

Contenidos de violencia en la programación televisiva

Perspectivas futuras de la TV

Bibliografía

UNA PATENTE ALEMANA, registrada el 6 de junio de 1884, refería “la reproducción electrónica de objetos luminosos” explicados en tres dibujos sorprendentemente sencillos. La idea se le había ocurrido a un joven berlinés de 23 años, Paul Nipkow, quien dejó vencer la patente sin aplicarla, agobiado económicamente y obligado a ganarse la vida trabajando como técnico de señales en una empresa ferrocarrilera. Cuarenta y cuatro años más tarde, en 1928, el propio Nipkow observó un sistema construido con la misma estructura que él había diseñado años atrás, en una exposición industrial sobre aparatos de radio. La imagen era aún borrosa, pero en 1935, la empresa alemana Telefunken mostraba orgullosa el primer aparato de televisión que bautizó con el nombre de “Nipkow”, en honor a quien consideraba “el padre de la TV”.



Pero el alemán no había sido el único inventor de la idea de la televisión. El escocés John Logie Baird logró alcanzar la meta de una carrera con muchos competidores, al fundar la “Baird Televisión Development Company” en 1927, que rápidamente adquirió rango internacional. Otro “padre” de la televisión, el ruso emigrado a América, V. K. Zworykin, fabricó un modelo cuya patente databa de 1923.

Tan importante invento no podía ser monopolizado en una patente, ni por un solo hombre, ni por una sola empresa. En consecuencia, siguieron muchos técnicos y financistas dedicados a la faena de perfeccionarlo. Aun cuando la idea básica de su funcionamiento estaba expuesta, y comprobada su aplicación, quedaron por resolver muchos problemas antes de que el producto fuera comercializable, y no fue sino después de los años cincuenta cuando la historia de este medio masivo de comunicación tuvo su comienzo.

En ese lapso preparatorio, el entusiasmo por la TV atrajo la atención de numerosas actividades industriales, capaces de invertir grandes cantidades de capital en su desarrollo. Fueron muchas las pruebas infructuosas, aunque, desde luego necesarias, para alcanzar la etapa comercial. Una vez lograda la comercialización de la tecnología, las innovaciones jamás se han detenido. La TV nace en “blanco y negro”, luego viene el soporte de la grabación, más adelante sigue el color, para terminar con la transmisión en vivo desde cualquier distancia, la intermediación de satélites y muchísimas otras innovaciones más.

En el mismo año 2000 ocurren nuevas transformaciones de la TV. Ya es un hecho que el artefacto es capaz de reunir en un solo medio casi todas las tecnologías de las telecomunicaciones que se han desarrollado a lo largo del siglo XX. Pero quién sabe qué sorpresas hemos todavía de esperar en los años que vienen.

### **La expansión de la televisión abierta: canales de cobertura nacional**

La tecnología televisiva llega a Venezuela en 1946. Entonces, el ingeniero Miguel Sapkoski ensambla el "iconoscopio 5527" para lograr un rudimentario circuito cerrado de televisión con fines culturales y científicos. Por este sistema se transmitió, el 16 de agosto de 1950, una conferencia desde el hospital de la Cruz Roja de Caracas, cuya señal fue recibida en el hotel Ávila como parte de una demostración ante un grupo de empresarios invitados a invertir para incorporar este medio en Venezuela. No fue sino hasta 1952, el 22 de noviembre para ser precisos, cuando salió al aire la primera transmisión pública de TV en Venezuela. Pero las emisiones regulares se formalizaron a partir de enero de 1953, y estuvieron a cargo de la Televisora Nacional Canal 5, propiedad del Estado venezolano. Cuatro meses después se inauguró el primer canal comercial con la empresa Televisa Canal 4, y en noviembre salió al aire Radio Caracas Televisión, inicialmente canal 7 y luego canal 2.



El primer intento de televisión regional se produjo en mayo de 1956, con Televisa del Zulia, pero sus instalaciones fueron adquiridas más tarde por Televisa Canal 4, convirtiéndose en su filial junto con la planta en Caracas. Este canal pasó a manos de Diego Cisneros en 1960, quien la moderniza y la convierte en Venevisión, con Renny Ottolina como su primer director. Para aquel momento, la cobertura del canal 4 cubría las ciudades de Caracas y Maracaibo, y durante la década del sesenta su señal fue abarcando progresivamente todo el territorio nacional. Una similar expansión operó con Radio Caracas Televisión, convirtiéndose ambos en los canales comerciales más sintonizados del país.

La tercera televisora comercial en Venezuela fue inaugurada en agosto de 1964, bautizada como Cadena Venezolana de Televisión, CVTV Canal 8. Pero diez años después pasa a ser propiedad del Estado, reapareciendo como Venezolana de Televisión VTV, y con amplia cobertura. Éste se consolida como el tercer canal nacional. En una primera fase, opta por no ser comercial, es decir, no transmitió publicidad alguna hasta fines de los ochenta, y bajo esa condición buscó competir con los dos canales nacionales comerciales ya consolidados.

Una nueva iniciativa privada en 1966 intentó crear una cuarta televisora de alcance nacional en la frecuencia del Canal 11, pero no tuvo éxito. No obstante, el siglo XX logra cerrar con cuatro canales nacionales, pues otra iniciativa privada sí llegó esta vez a fraguar: un proyecto de televisora que cristalizó en 1988; se trata de Televen-Canal 10. Desde su comienzo, Televen expandió la señal mediante conve-

nios con los canales regionales, como por ejemplo TeleBoconó, a través de los cuales transmitió su programación en ciertas franjas horarias. Paralelamente, ampliaba su cobertura con sus propias antenas repetidoras, y para 1999 abarcaba todo el territorio nacional.

### **Boom de la televisión regional**

Después de los tímidos intentos a mediados de los años cincuenta, no fue sino a partir de 1976 cuando comenzó a surgir el fenómeno de las televisoras regionales en Venezuela. En octubre de aquel año se fundó la Televisora Cultural Boconesa, que actualmente transmite programación de tipo educativa y cultural en territorio de los estados Trujillo, Portuguesa, Barinas y Apure.

Bajo ese mismo esquema se creó en febrero de 1982 la Televisora Andina de Mérida. La región guayanesa se vio beneficiada con la salida al aire de Amavisión, que inició sus transmisiones desde 1984 para los estados Bolívar y Apure. A partir de 1985 el Gobierno Nacional puso en práctica una política de ampliación de concesiones de frecuencias televisivas regionales. Antes de 1990, se adjudicaron permisos de transmisión a un total de 7 empresas de televisión regional.

Ha sido en la década de los noventa cuando ocurre el verdadero *boom* de la TV regional. Es entre 1988 y 1997 cuando sale al aire la mayor parte de los canales locales con los que cierra el siglo la industria televisiva, aunque muchos de ellos ya contaban con permisos desde tiempo atrás. En los últimos años, entre 1997 y 1998, la expansión de la televisión abierta se desacelera hasta estabilizarse en un total de 27 canales entre nacionales y regionales, que se muestran en el Cuadro 1.

Si cabe hablar de tendencias, éstas parecieran apuntar a que los canales de cobertura nacional se mantendrán en las cuatro grandes plantas que cerraron el siglo XX. Sin embargo, no ocurre lo mismo con los canales de cobertura regional. Estimulada por el aumento natural de la inversión publicitaria en la búsqueda más precisa de los diversos tipos de público y de más bajo costo en las pautas publicitarias, es de augurar que la TV aumentará su número de canales.

La expansión de la televisión regional probablemente operará en dos sentidos: el primero, a través de la ampliación de las coberturas instaladas mediante antenas repetidoras, las cuales habilitarán a dichos canales a difundir más allá de las fronteras locales y compitiendo con otros canales regionales. Y segundo, con la aparición de nuevas plantas locales en aquellas regiones que aún no han sido beneficiadas con la alternativa de la TV regional. Otro dato que corrobora esta tendencia es el hecho de que se encuentran bajo trámites ante el Estado alrededor de 20 solicitudes de permisos de TV regional.

Adicionalmente al desarrollo de la televisión de la provincia, un conjunto de instituciones paulatinamente se ha ido también incorporando en calidad de promotores de la industria televisiva regional. Cabe mencionar la industria petrolera y minera, las universidades y el clero.

**Estaciones de televisión en Venezuela 1999. Cuadro 1**

	Estado	Estación	Canal	Servicio
1	Amazonas	Amavisión	7	VHF
2	Anzoátegui	Telecaribe	9	VHF
3	Anzoátegui	Tv Oriente	5	VHF
4	Aragua	Telemaracay	32	UHF
5	Bolívar	Tv Guayana	13	VHF
6	Distrito Federal	RCTV	2	VHF
7	Distrito Federal	Marte CTV	12	VHF
8	Distrito Federal	Televen	10	VHF
9	Distrito Federal	Vale Tv	5	VHF
10	Distrito Federal	Venevisión	4	VHF
11	Distrito Federal	VTV *	8	VHF
12	Distrito Federal	Globovisión	29	UHF
13	Distrito Federal	Meridiano TV	39	UHF
14	Distrito Federal	CMT	51	UHF
15	Distrito Federal	Puma TV	57	UHF
16	Distrito Federal	Omnivisión	6	VHF
17	Guárico	Tv Llano	50	UHF
18	Lara	Promar	27	UHF
19	Lara	Telecentro	11	VHF
20	Mérida	TAM	10	VHF
21	Sucre	Telesol	7	VHF
22	Táchira	TRT	6	VHF
23	Trujillo	Teleboconó	13	VHF
24	Zulia	NCZTV	11	VHF
25	Zulia	Televiza	7	VHF
26	Zulia	Telecolor	41	VHF
27	Zulia	Zuliana TV	33	VHF

\* Único canal estatal.

Fuente: Gustavo Hernández, con base en datos de CONATEL

En 1999, la industria petrolera nacional colocó en el espectro radioeléctrico cuatro canales de transmisión local: Lagoven S.A., La Voz de Maraven, Maraven y Corpoven S.A. La industria minera abrió dos plantas de TV, una en estado de observación, Ferrominera del Orinoco, y otra en operación, Bauxiven. Por su parte, la Universidad Simón Bolívar, la Universidad de Carabobo y la Universidad de Los Andes iniciaron la instalación de sus respectivos canales de TV, mientras que la Comisión Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL), ente estatal responsable de administrar las frecuencias televisivas en el país, dio el visto bueno a un nuevo canal promovido por el sector eclesiástico, que también se encuentra en proceso de instalación por parte de la orden de los Hermanos Constantinos.

## TV por suscripción: el negocio de la década

Fue en 1988 cuando surgió el primer canal de TV por suscripción en Venezuela, de nombre Onmivisión Canal 12. A partir de los noventa, aparecieron Supercable, Cabletel, y ya a finales de la centuria, Directv, esta última con base en tecnología satelital de vanguardia. Son las cuatro principales empresas que, al cierre del siglo XX, explotan esta modalidad de la televisión en el país.

Estadísticas publicadas por la Cámara Venezolana de Televisión por Suscripción (CAVETESU), en 1997, señalan que la estructura económica y financiera de la televisión por suscripción depende de capitales privados y de la facturación de los suscriptores afiliados al servicio. Para aquel año, la inversión que llevaron a cabo esas empresas alcanzó el tope de un millón de dólares, mientras que la facturación promedio por suscriptor osciló entre de Bs. 12.441,50 y Bs. 149.298 mensuales. De acuerdo con el número de suscriptores por escala tarifaria, el promedio total por concepto de facturación anual percibida por la industria en aquel año fue de más de 64 millardos de bolívares, una cifra considerable si se la compara con los 281 millardos que, aproximadamente, percibieron los canales de TV abierta sólo por concepto de la inversión publicitaria declarada.

Los atractivos resultados económicos que arrojó a mediados de la década del noventa esta modalidad de la TV, estimularon sin duda su considerable crecimiento en los últimos años del siglo. Entre 1997 y 1998, las inversiones del ramo montaron a 200 y 250 millones de dólares, respectivamente. Ello se explica, principalmente, por la irrupción de la empresa Directv, cuya cobertura se extiende más allá de las fronteras nacionales, hasta convertirse en una auténtico canal que cubre una vasta porción del subcontinente latinoamericano. Dichas inversiones aspiran conquistar, para principios del siglo XXI, un mercado que supere el millón y medio de conectados en Venezuela, para lo cual, según CAVETSU, se requerirán inversiones por el orden de un millardo de dólares. La meta no parece nada descabellada si observamos el extraordinario crecimiento exponencial que ha experimentado la TV pagada a lo largo de la última década, que se expone en el Gráfico 1.

**Evolución de los suscriptores de la TV pagada en Venezuela. Gráfico 1**



*La violencia constituye el evento cotidiano por excelencia de la programación televisiva en Venezuela.*

## **El ocaso de las televisoras estatales**

Se comentó en una de las secciones anteriores que la TV en Venezuela nació como una empresa del Estado, bajo el gobierno de Marcos Pérez Jiménez en el poder. Entonces se trataba del canal Televisora Nacional TVN-5. Con mucha irregularidad, interrupciones y problemas técnicos en sus antenas de transmisión que suspendían el servicio a diversas regiones del país, este canal estatal sobrevivió hasta diciembre de 1998, cuando se convierte en Vale TV, mediante concesión a la Asociación Civil del mismo nombre, a cargo del Arzobispado de Caracas. La programación

*Si algo ha caracterizado a la televisión venezolana es la muy escasa presencia de la programación cultural y educativa. En las cuatro últimas décadas su tiempo total de transmisión alcanza apenas el 7 por ciento.*

de TVN-5 fue siempre de contenido cultural y educativo, y nunca admitió publicidad alguna, por lo que su financiamiento dependió enteramente de los aportes del Estado, además de algunas fundaciones e instituciones que hacían aportes esporádicos. No obstante, la vida del canal fue más corta, ya que a finales de los ochenta la estación dejó de transmitir su programación cultural para ser incorporada a la red de Venezolana de Televisión, Canal 8.

Independientemente de las críticas y demandas judiciales que cursan ante el máximo tribunal de la República, denunciando la irregularidad en el traspaso de la concesión y por ende la desaparición de TVN-5, el nuevo canal Vale TV ha hecho esfuerzos por re-

cuperar la condición de canal cultural y educativo por excelencia, siendo esta frecuencia la única existente de tal modalidad del sistema televisión abierta que aspira alcanzar cobertura nacional. La modalidad cultural-educativa la comparte además con algunas televisoras regionales como Amavisión, Niños Cantores del Zulia Televisión, Teleboconó, Televisora Regional del Táchira y Televisora Andina de Mérida.

Por otra parte, la frecuencia del canal 8 nace como una televisora privada el 10 de agosto de 1964, bajo la iniciativa de Goar Mestre, empresario de origen cubano con experiencia en el medio radial. Cuatro años después, el grupo Vollmer adquiere la estación, y en 1971, Cadena Venezolana de Televisión, CVTV, queda constituida exclusivamente por capital venezolano. En 1974, la estación es adquirida en su totalidad por el Estado, iniciando transmisiones como el segundo canal oficial del país y con el mismo nombre. Dos años más tarde, el 8 de abril, CVTV se convirtió en Venezolana de Televisión C.A., VTV, cuyos accionistas principales fueron el Estado venezolano, la Corporación Venezolana de Fomento y la Compañía Anónima Nacional de Teléfonos de Venezuela, CANTV, también del Estado. En 1979, VTV y TVN-5 consolidaron la estructura pública de la televisión estatal a través de la Red Canal 5 y Red Canal 8, la primera con su programación según el modelo cultural-educativo, y la segunda, emulando el modelo de la televisión comercial que mantienen hasta la actualidad.

A partir de 1978, el Poder Ejecutivo autorizó la emisión de pautas publicitarias de VTV, canal 8, cuyos primeros ingresos fueron aprovechados para adelantarse a

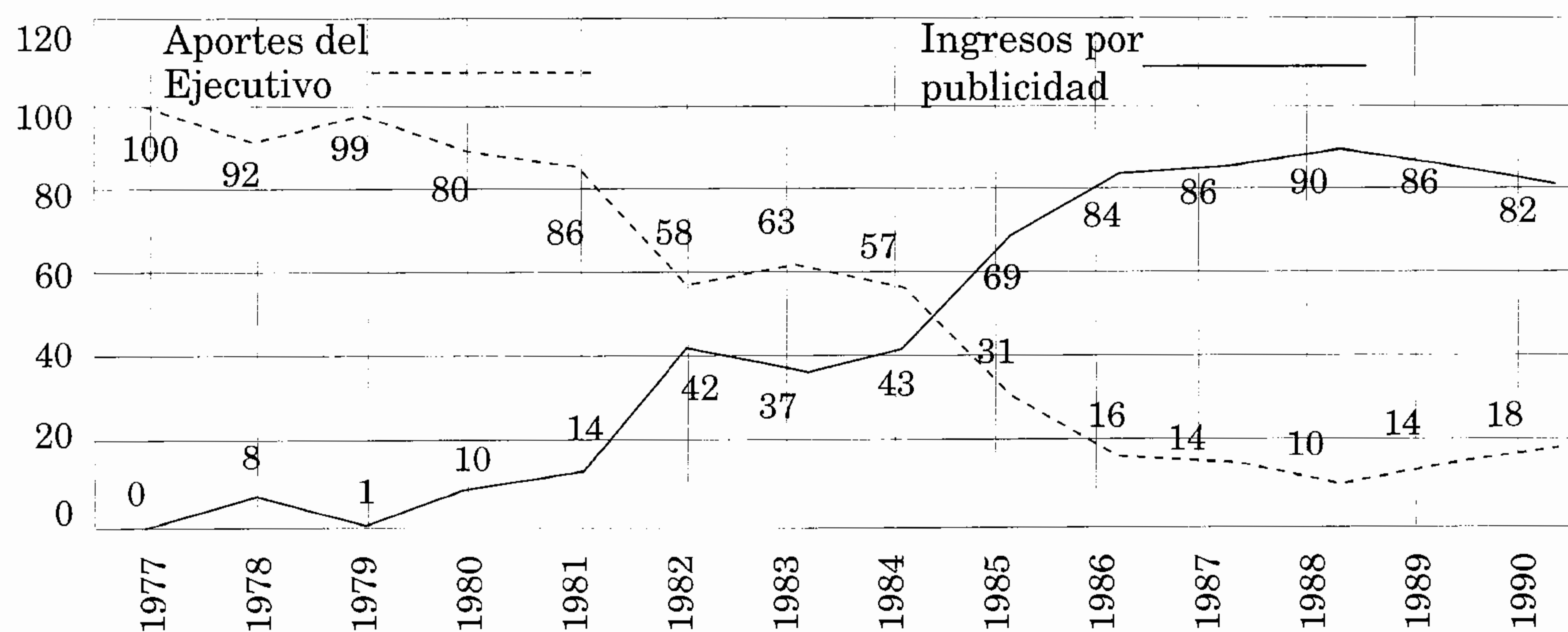


la conversión de la tecnología de la TV a color, la cual fue autorizada para todos los canales comerciales a partir de octubre de 1979. Ese primer año de condición comercial del más grande canal del Estado, el Ejecutivo aportó el 92 por ciento de los ingresos de la estación, y para 1985 dicho aporte se había reducido al 31 por ciento, lo cual indicaba que el canal subsistió parcialmente con sus ingresos propios, la mayor parte de los cuales provinieron de la inversión publicitaria. Ya para 1990, los ingresos por publicidad de VTV duplicaban los aportes fiscales, tal como puede observarse en el Gráfico 2.

Al cabo del siglo, las emisoras estatales, VTV y TVN-5, experimentaron una considerable pérdida de 1.907 kilowatios de potencia por la suspensión temporal de TVN-5. Esta situación se debió a la pobre asignación presupuestaria estatal que afectó sustancialmente el funcionamiento técnico de la empresa impidiendo la adquisición de equipos tecnológicos de punta que garantizaran el mantenimiento de su cobertura nacional. De esta manera, los canales privados sumaron en 1998 alrededor de 12.627 kW, el 81 por ciento del total nacional, mientras que VTV apenas se acercó a 2.879 kW, esto es, un 16 por ciento. La década que cierra el siglo exhibe el dominio de la TV comercial privada sobre la TV pública estatal, dominio que se acentuó cuando el Canal 5 fue cedido a la Asociación Civil Vale TV.

En el año 2000 al Estado le pertenece un solo canal, VTV. Esta situación es un fiel reflejo de las graves contradicciones entre los principios que lo movieron inicialmente a buscar convertirse en dueño de algunos medios televisivos, con miras a alentar una TV alternativa, de servicio público, informativa, educativa y promotora de la difusión de los valores culturales universales y nacionales, y la dinámica misma de su realidad política y económica. VTV luce como un canal comercial más, que meramente sigue los patrones del *rating*, con el agravante de que su conducción depende de la condición discrecional del gobierno de turno, y de sus intereses circunstanciales.

**Relación de ingresos por aportes del Ejecutivo e ingresos propios del Canal 8. Gráfico 2**

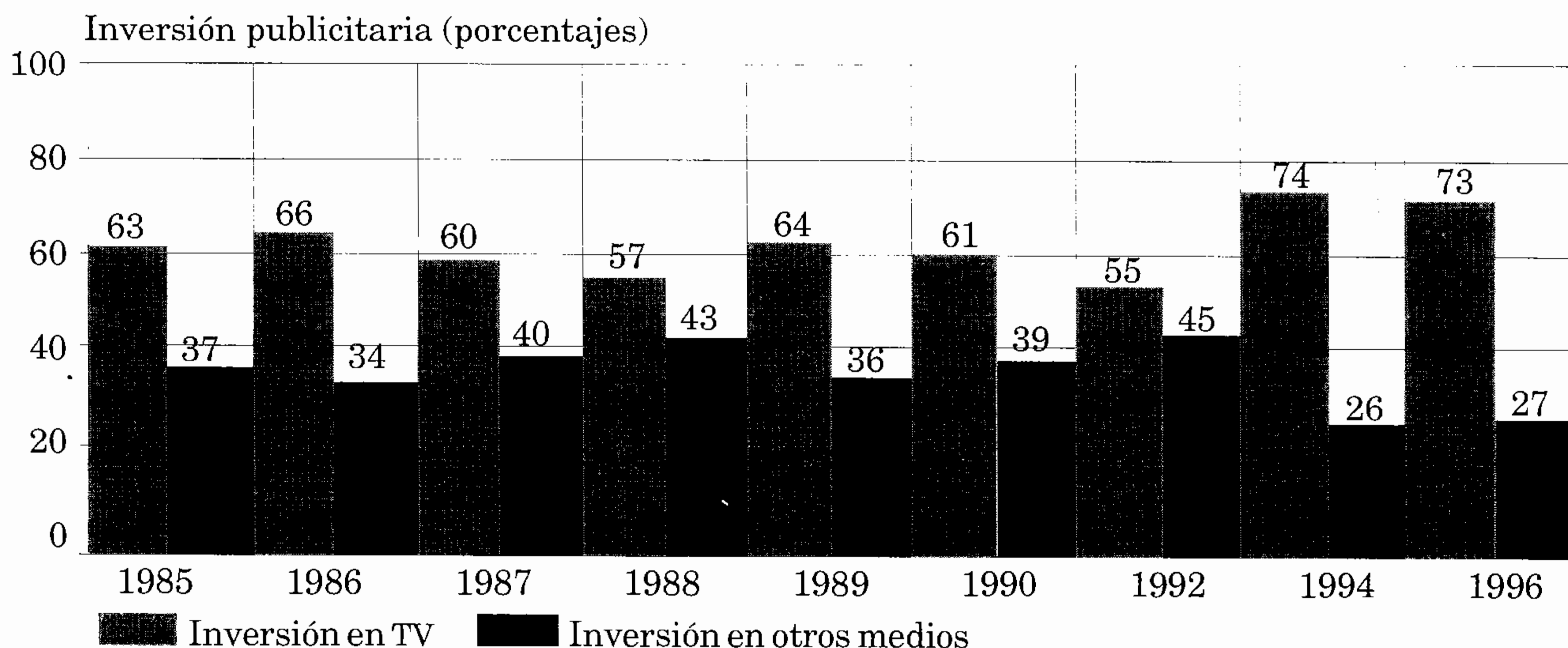


## La publicidad en la TV

La publicidad fue y será por mucho tiempo la principal, sino la única, fuente de financiamiento de los grandes medios, y en especial de la televisión abierta. En el caso de los otros sistemas de televisión, que pueden resumirse con el término de televisión por suscripción, se financian fundamentalmente por el sistema de cuotas o abonos, aunque también perciben, en menor medida, ingresos por concepto de publicidad.

La década transcurrida entre los años 1985 y 1996 muestra una proporción casi invariable de la inversión publicitaria captada por la TV frente al resto de los medios de comunicación de masas, a saber, periódicos, revistas, radio y otros. Empero, esto no fue siempre así en la historia de medio siglo de pantalla chica. Hasta 1975 la gran prensa nacional era el principal medio publicitario. En 1976, prensa y TV empatan el porcentaje de captura de la inversión publicitaria, y desde el año siguiente hasta nuestros días las televisoras han ocupado más de la mitad del capital publicitario, con altibajos, tal como se expresa en el Gráfico 3. De acuerdo con estos porcentajes, el promedio de la década coloca a la TV en primer lugar absorbiendo el 64 por ciento; le sigue la prensa diaria con el 27 por ciento; y muy lejos, las revistas, la radio y otros medios de comunicación con la porción restante.

**Reparto de la inversión publicitaria entre la TV y los demás medios.** Gráfico 3



Pero el importante incremento de la publicidad captada por la industria televisiva entre los años 1994 y 1996 se produce a costa del descenso de la prensa. En 1997, sin embargo, los grandes canales de cobertura nacional se quejaron de la disminución del 20 por ciento en sus ventas de espacios con respecto a 1996. Según opiniones de expertos ligados al medio, esta caída obedeció a la incertidumbre de la relación entre la programación para todo público y el tipo de audiencia al que aspiran llegar los anunciantes. En aras de reducir sus costos operativos, las televisoras repiten hasta la saciedad programas que fueron exitosos en su debut. El sistema de compras de espacios publicitarios por anticipado (sistemas de preventas y bonificaciones), si bien implica rebajas de hasta un 30 por ciento respecto de las tarifas

normales, decepciona a los anunciantes quienes ven sus *spots* publicitarios en el aire junto con programas retransmitidos hasta por octava vez en un año.

Los gremios de anunciantes y agencias publicitarias vienen planteando la sustitución del sistema actual de programación para todo público por el de la venta de espacios televisivos por punto de audiencia, lo cual significa que el valor de la tarifa esté acorde con cada punto de *rating* del segmento del tipo de consumidor buscado por el producto anunciado. Sin embargo, para que este estado de cosas sea posible es preciso encontrar un sistema de medición de la audiencia televisiva que inspire la confianza de los anunciantes y agencias publicitarias.

La empresa AGB de Venezuela, con su método de medición electrónica (remota e instantánea), ha intentado erigirse como la referencia de mayor credibilidad, y de hecho es actualmente el más utilizado por los canales de TV. Pero tal vez por el modesto

tamaño de su muestra, y por el hecho de no haber podido superar los obstáculos para desagregar los componentes del público televidente, esto es, audiencia por edad, sexo y escala social, le ha impedido consolidarse como el sistema de medición aceptado por todas las partes involucradas en el cada vez más costoso negocio de la publicidad. Este será un problema que se resolverá, sin duda, entrado el siglo XXI.

La escala tarifaria de la TV de cobertura nacional ratifica, en todo caso, la aceptación del *rating* que las distintas plantas dicen captar de acuerdo con los sistemas de medición establecidos, aunque algunas veces con porcentajes contradictorios. El Cuadro 2 muestra las tarifas en bolívares (dólares de 1999) por segundo de los canales de cobertura nacional. Al cerrar el siglo, el canal más costoso es Venevisión, con un promedio de 124.403 bolívares/segundo (US \$ 191,4/segundo); le sigue RCTV con 69.500 bolívares/segundo (US \$ 106,9/segundo); en tercer lugar VTV, que cuesta Bs. 38.792/segundo (US \$ 59,70); y finalmente Televen, con Bs. 18.739/segundo (US \$ 28,80). Hasta 1997, de todas estas plantas, Venevisión y RCTV absorbieron casi el 90 por ciento de la inversión publicitaria que captó la industria, pero todo parece indicar, a la luz de las tendencias observadas en los últimos años de los noventa, que esta proporción disminuye ante el avance de Televen, VTV, y además, por el nada despreciable espacio que han venido ganando los canales regionales del área metropolitana de Caracas (CMT, Globovisión, Marte TV y Meridiano TV) y los canales regionales del resto del país.

En efecto, frente a los altos niveles tarifarios de los canales de cobertura nacional, las televisoras metropolitanas y regionales se ofrecen competitivamente como una alternativa atractiva para aquellos anunciantes que desean llegar a públicos desagregados, por ejemplo, los aficionados al deporte, a las noticias, etc. Mientras todos los canales nacionales promediaron un costo de Bs. 194.135/segundo (US \$ 298,70) del horario estelar de 9 a 10 p.m., los canales regionales ofrecieron un promedio de Bs. 6.000 por la misma unidad de tiempo (US \$ 9,23).

---

*No ocurre lo mismo  
con los canales  
de cobertura regional...  
Es de augurar  
que la TV aumentará  
su número de canales.*

---

## Tarifas publicitarias en los canales de cobertura nacional. 1996-1997.

Horario	Televen		Radio Caracas		Venevisión	
	1996	1997	1996	1997	1996	1997
6 a 7 am	2.308	4.200	25.000	19.583	9.375	30.938
7 a 8 am	2.538	4.486	21.250	20.000	26.325	30.938
8 a 12 am	4.615	5.632	16.250	13.943	24.375	26.813
12 a 1 m	4.615	11.227	62.500	46.250	77.000	84.700
1 a 4 pm	10.000	11.227	141.250	95.288	196.875	216.563
4 a 6 pm	10.500	10.500	45.000	48.510	65.625	101.063
6 a 9 pm	32.692	34.327	181.250	148.500	225.000	247.500
9 a 10 pm	53.846	56.538	250.000	206.250	312.500	343.750
10 a 11 pm	24.545	36.845	137.500	78.375	157.500	130.825
11 a 12 pm	6.364	12.409	16.875	19.167	23.750	30.938

Fuente: Bernardino Herrera con la información de Madison Agencia de Publicidad CA, 1996-1997.

Ahora bien, como muestra el Cuadro 3 relativo a las tarifas publicitarias en algunos canales de TV regional, su rango de variación fue muy amplio, incluso dentro de una misma región. Por ejemplo, en el estado Zulia compiten Televisa y Niños Cantores del Zulia TV; el primero ostentó el mayor costo de los canales del interior del país con 22.634 Bs./segundo (US \$ 34,82), en su horario estelar, mientras que el de Niños Cantores del Zulia TV fue de 1.296 Bs./segundo (US \$ 1,99). La más económica de todas fue la TV Andina de Mérida, que cobró apenas Bs. 535 el segundo estelar (US \$ 0,82), precio que está por debajo de las tarifas que cobraron las emisoras radiales AM de Delta Amacuro.

### Tarifa publicitaria televisiva de algunos canales regionales en Bs./seg.

Cuadro 3

TV Andina (Mérida)	535
TVS (Aragua)	1.076
Niños Cantores (Zulia)	1.296
Telecentro (Lara)	3.278
Telesol (Sucre)	3.500
TVO (Anzoátegui)	5.318
TVR Táchira (Táchira)	4.562
TV Guayana (Bolívar)	7.127
Telecaribe (Nva. Esparta)	10.333
Televisa (Zulia)	22.634
Promedio	5.966

Fuente: Bernardino Herrera con base en información de Folletos elaborados por Madison Agencia de Publicidad CA, 1996-1997.

Los canales de TV regional logran atraer a las empresas medianas y pequeñas que operan en la localidad dentro de su cobertura, generalmente restaurantes,

**Lunes a viernes. Expresadas en bolívares por segundo. Cuadro 2**

Venezolana de Televisión		Promedio de los canales	
1996	1997	1996	1997
-	-	12.228	17.819
3.675	7.350	13.447	16.289
3.675	7.350	11.310	14.005
7.895	15.790	38.003	43.623
10.413	20.825	89.634	98.920
9.608	19.223	32.683	42.790
38.675	77.350	129.073	136.086
85.000	170.000	154.087	203.434
15.619	31.238	79.886	83.986
-	-	11.747	14.734

comercios y afines. Pero se observó, en estos últimos años del siglo XX, una progresiva participación publicitaria de las grandes marcas, lo cual augura prometedoros ingresos para los canales pequeños en los inicios del siglo XXI.

Si la TV regional lograra alcanzar, por ejemplo, un nicho del 10 por ciento de la inversión publicitaria televisiva nacional, en franca competencia con la TV de cobertura nacional, se estaría en la presencia de un cambio importante en la conformación del medio televisivo venezolano con una clara tendencia hacia su desconcentración. Ello favorecería, en un ambiente de competencia, la pluralidad de la programación televisiva en la búsqueda de una cada vez más compleja audiencia.

Tal pluralidad, sin embargo, no es una garantía automática de calidad en la programación ofrecida, pero establece, sin duda alguna, una condición indispensable para aspirar a una mejor televisión. Es así como la publicidad, antes que un factor negativo como lo arguyeron muchos que con poderosas razones criticaban los contenidos televisivos, se ha convertido en un agente multiplicador de la variedad de las transmisiones de TV.

**¿Cómo ha sido nuestra televisión?**

En la primera década de la televisión, que transcurre durante los años cincuenta y primeros de los sesenta, el medio no contaba aún con la tecnología del video. Ello imponía considerables limitaciones, a saber, el tiempo de transmisión, que obligaba a las emisoras a restringir considerablemente su salida diaria al aire. La ausencia de una tecnología de grabación y la poca experiencia a la mano por causa de lo inédito de la TV, condujo a una copia del estilo de programación de la radio. Las transmisiones se hacían en vivo, sobre todo con programas musicales. Había series de distintos géneros que salían al aire en el mismo momento en que se desarrollaban, como si fueran obras de teatro, lo cual daba mucho lugar a la impro-

visación creativa. Los noticieros eran narrados por un locutor que aparecía en la pantalla, puesto que no se contaba con imágenes de apoyo referidas a los sucesos noticiosos. Lo que se lograba, a lo sumo, y con muy baja fidelidad de imagen, era transmitir algunas películas de cine a través de la transcodificación electrónica, modalidad que se llamó *telecine*.

En la década del cincuenta operaban sólo tres canales, Radio Caracas Televisión (RCTV), Televisora Nacional de Venezuela (TVN-5) y Televisa. RCTV otorgó mayor espacio a la transmisión de obras dramáticas, dejando el resto para un noticiero de la planta, programas de cuentos infantiles y programas humorísticos y musicales. TVN-5 transmitía un noticiero diario, un musical estelar y el resto de su tiempo lo dedicaba a adaptaciones en vivo de obras teatrales. Televisa, por su parte, también transmitió noticieros diarios, una sección hípica semanal, y programas de concursos y teledramas, siendo el primer canal en difundir un serial policial.

La tecnología de la grabación de imágenes bautizada como *video tape* ingresó al país en 1961, transformando radicalmente el perfil de la programación televisiva. En primer lugar, posibilitó la ampliación del horario de transmisión. Le siguió el hecho de incorporar una considerable cantidad de programas extranjeros, y de mejorar de gran manera la calidad de la imagen y del sonido de la transmisión televisada del cine. Las telenovelas redujeron su margen de improvisación, prolongaron el número de sus capítulos y el tiempo de emisión diaria; de este modo se dieron las bases para el desplazamiento y desaparición del teleteatro. Los noticieros contaron desde entonces con imágenes grabadas en el mismo lugar de los acontecimientos, otorgando a la noticia televisada un mayor poder de persuasión y credibilidad.

En 1969 la industria de la televisión dio un gran salto con la transmisión en vivo y vía satélite de la expedición estadounidense a la luna. Se ampliaban así las alternativas tecnológicas para enriquecer aún más la programación. En la década del setenta la televisión se había consolidado ya como el más poderoso medio de comunicación de masas jamás conocido por la civilización humana. Vinieron luego la TV a color y la tecnología *fly-away*. Por este último mecanismo se tiene la transmisión instantánea, es decir, en vivo y directo desde cualquier lugar, lo cual permite incluir en la programación una gran cantidad y variedad de acontecimientos desde el mismo instante en que ocurren. Los años noventa verán incorporarse a la tecnología de la informática, estableciéndose una complejidad en la industria tal y como la conocemos al cierre del siglo.

Un conjunto de estudios realizados separadamente, a lo largo de las cuatro últimas décadas de este siglo, permite hacer una evaluación de los géneros predominantes en la programación venezolana entre los años de 1960 y 1990. Su contenido se muestra en el Cuadro 4.

Se constata así un notable predominio del género argumental, en el que se incluyen las películas, las telenovelas, las series y una variedad de programas dra-

máticos. Los argumentales alcanzaron, aproximadamente, el 45 por ciento de la programación. La tendencia del género argumental aumentó moderadamente en esta última década, toda vez que la participación del cine y de las telenovelas se ha ampliado a lo largo de toda la franja horaria televisiva.

El segundo género que más ha ocupado el tiempo televisivo es el de los espectáculos, cuyo promedio de los últimos cuarenta años se estima en un 16 por ciento del total de las horas transmitidas. Hasta la década del setenta, los llamados shows absorbían el 30 por ciento, y junto con los argumentales eran prácticamente los tipos de programas que más ofrecía la TV. A partir de la década de los ochenta, el género de espectáculos ha caído hasta ocupar apenas el 6 por ciento a mediados de la década del noventa. Sin embargo, se aprecia actualmente un relanzamiento de los espectáculos, sobre todo en la franja matutina con programas dedicados especialmente a la mujer, al sector infantil y a audiencias juveniles con el *boom* de los *video clips*.

El bloque de informativos ocupó el tercer lugar de los géneros televisivos, con un 15 por ciento del total de la programación. Aun cuando se admite que una misión importante de la televisión es informar, además de entretener y educar, los noticieros y programas de opinión ocuparon durante los años sesenta y setenta un pequeño espacio proporcional. Éste, sin embargo, ha venido creciendo con el tiempo, hasta llegar al rango de un 20 por ciento con el que concluye la última década del siglo.

*Las telenovelas redujeron su margen de improvisación, prolongaron el número de sus capítulos y el tiempo de emisión diaria; de este modo se dieron las bases para el desplazamiento y desaparición del teleteatro.*

**Composición de la programación televisiva: Venezuela 1967-1996 (Porcentaje respecto al tiempo total de programación). Cuadro 4**

	Arg.	Pub.	Prom.	Espect.	Inform.	Cult. y educ.	Env. y azar
1967	44	27	NC	15	5	9	NC
1975	50	NC	NC	30	10	10	NC
1981	40	13	NC	15	21	10	1
1991	45	9	8	15	18	5	NC
1996	48	16	8	6	20	1	1
Promedios	45	16	8	16	15	7	1

Fuentes: Hernández y Herrera con base en los siguientes estudios: 1967 Pasquali, *El aparato singular*; 1975 Estudio Ratelvé; 1981 Estudio Ministerio de Información y Turismo; 1991 Alvaray y otros, *La oferta de la televisión venezolana*, 1996 Hernández, *Diagnóstico de la televisión en Venezuela*

Notas:  
 Arg. (Argumentales): incluye seriales, telenovelas, comiquitas, cine, unitarios  
 Pub. (Publicidad): incluye oficial y privada  
 Prom. (Promoción): tiempo para promocionar la programación  
 Espect. (Espectáculos): incluye musicales, concursos, deportivos, humorísticos  
 Inform. (Informativos): incluye noticieros, avances y programas de opinión  
 Cult. y Educ. (Culturales y Educativos): toda la programación dedicada a eventos culturales, televisión educativa y religiosos  
 Env. y azar (Envite y azar): se compone básicamente de hipismo y lotería

La publicidad se ha reservado cerca de un 16 por ciento del tiempo de la televisión venezolana. Suponiendo que un útil estudio realizado en 1967 sobre el tema incluye la promoción de planta dentro del género de la publicidad, lo que explica el 27 por ciento entonces observado para ese año, puede asegurarse que la publicidad televisiva constituye una constante primordial del tiempo de la televisión abierta. Este porcentaje que en promedio ronda el 16 por ciento se asemeja al tiempo legal del 15 por ciento establecido por el *Reglamento Parcial de Transmisiones de Televisión del Ministerio y Transporte y Comunicaciones* de 1992. Por lo demás, de ese

---

***En el año 2000 al Estado le pertenece un solo canal, VTV. Esta situación es un fiel reflejo de las graves contradicciones entre los principios que lo movieron inicialmente a buscar convertirse en dueño de algunos medios televisivos, con miras a alentar una TV alternativa, de servicio público.***

---

tiempo publicitario se mantiene todo el resto de la estructura de la programación. Si algo ha caracterizado a la televisión venezolana es la muy escasa presencia de la programación cultural y educativa. En las cuatro últimas décadas su tiempo total de transmisión alcanza apenas el 7 por ciento. Aún más grave, se trata de un género en franca decadencia para los canales comerciales y para el canal estatal de cobertura nacional. El último estudio del que se dispone, referido a 1996, reveló que apenas 1 por ciento del tiempo total de la televisión se dedica a programas que califican como de divulgativos culturales (artísticos, artesanales, ciencia, tecnología y conocimiento general). Hay que añadir el agravante de que desaparecieron las modalidades de televisión educativa, es decir, programas de apoyo y reforzamiento de la educación formal, los cuales salían al aire durante los años sesenta y parte de los setenta, bajo

la producción de la División de Tecnología Educativa del Ministerio de Educación.

Frente a esta tendencia de disminución de la cultura en la televisión debe contraponerse la de los programas de envite y azar, que se han convertido en el último género aparecido en la televisión venezolana a partir de la década del ochenta. El hipismo es el principal subgénero de este conjunto, y el bajo porcentaje que exhibe se debe sólo a que el canal del Estado se reservó por mucho tiempo su transmisión exclusiva, lo cual disminuye su proporción porcentual cuando se hacen los agregados estadísticos. En los últimos años, por otra parte, se percibe un notable aumento del envite y el azar presentado en forma de espectáculo, a saber, los sorteos de lotería a lo largo de toda la semana.

### **Contenidos de violencia en la programación televisiva**

Una de las críticas más recurrentes que se le hacen a la TV es su alta difusión de contenidos violentos, con exposiciones de crímenes e imágenes agresivas en su programación, lo que, sin ningún género de dudas, atenta contra la salud psicosocial, sobre todo de la población infantil y adolescente.

Estas críticas no son infundadas. Muchos estudios sustentan la tesis de los graves efectos perjudiciales en la formación social de los individuos, derivados de la exposición a la violencia televisiva. Asimismo, las técnicas de la imagen televisi-



va logran capturar muy especialmente la atención infantil, sin que se pueda estar del todo seguros de que sus efectos no dejarán huellas, y que éstos serán superados cuando los individuos avancen en su desarrollo a una etapa adulta.

Veamos algunas de dichas técnicas:

- La utilización formal de primeros planos y contrapicados con el objeto de subrayar los rostros terroríficos de los villanos y dotar de importancia psicológica a los héroes;
- Sonorización que sobrepasa la tolerancia máxima de decibeles en los seres humanos, y montaje de imágenes trepidantes con la consecuente transición epiléptica de una escena a otra;
- Discontinuidad narrativa que se expresa mediante el ritmo vertiginoso de acciones violentas (disparos, tiros, explosiones, peleas), la mayor de las veces sin ninguna justificación argumental;
- Saturación verbal y física de acciones violentas, a través de diálogos muy cortos y sin mayor coherencia discursiva respecto de la trama;
- Atractivo de las novedades tecnológicas de los armamentos de guerra, uso de ciencia ficción y recursos fantásticos para aumentar la idolatría por el uso sin justificación de las armas de fuego y armas blancas;
- Uso permanente de la violencia como única vía para la resolución de conflictos, alcanzar la justicia, la venganza, y muchas veces incluso, hasta por placer;
- Colores llamativos y hasta escandalosos en las escenografías y en los vestuarios de los héroes y villanos;
- Contenidos argumentales de muy fácil asimilación, que exponen sin ninguna o muy poca orientación racional o argumental patologías sociales perversas como el racismo, la xenofobia y la discriminación social, tanto contra la mujer, como contra el homosexualismo;
- Creación permanente de estereotipos como recurso simplificador de realidades complejas, cayendo muchas veces en la banalización, la adoración del éxito y la segregación valorativa de la condición humana;

En la década de los noventa se discutió la llamada teoría del cultivo televisivo, en la que se pone de relieve que la TV recoge aspectos de la realidad social con el objeto de construir imágenes simbólicas que responden a sistemas de creencias y representaciones mentales y actitudes emotivas estereotipadas. Aun cuando los espectadores habituados al consumo exagerado de TV muestran ciertas tendencias a la imitación de estereotipos, con independencia de su condición sociocultural, el efecto más perverso de los contenidos violentos radica no tanto en la imitación de antivalores, sino en la habituación al conformismo y a la aceptación de la violencia real como un acontecimiento normal en la vida.

El Cuadro 5 señala un conjunto de estudios sobre el tema de la violencia televisiva en los años noventa en Venezuela. Los mismos revelaron los siguientes comportamientos:

---

## Estudios de violencia en la programación televisiva en Venezuela

---

Autor

Estudio

1. Fernández, Blas

Domingo de psicópatas. 1994

---

2. Instituto Nacional del Menor (INAM)

Venezuela: Televisión, violencia y niños. 1995

---

3. Gómez, Luisana

Violencia en la televisión. 1995

---

4. Bogarín, Tania

La presencia de la violencia en la programación infantil en Venezuela. 1996

---

Fuente: Hernández y Herrera con base en los estudios señalados en el cuadro.

La violencia constituye el evento cotidiano por excelencia de la programación televisiva en Venezuela. La violencia incluye la violencia física: puñetazos, patadas, explosiones, disparos, etc., y absorbe la mayor parte de las exposiciones. Le siguen en menor medida la violencia verbal: insultos, provocaciones, amenazas, etc.; la violencia psicológica: uso del terror, insinuaciones perversas, presiones, torturas mentales, etc.; la violencia moral: humillaciones, chantajes, fraudes, abusos de poder, etc.; y la violencia sexual: acoso sexual, violaciones, expresiones de sadismo corporal, etc.

Por sobre el género argumental (series policiales y de terror, dibujos animados, telenovelas) y los noticieros, que exponen las mayores dosis de violencia física y verbal, se encuentran las mismas promociones de programación que hacen las plantas de televisión. Esto reviste una seria gravedad, puesto que dichas promociones tienen como objetivo primordial cautivar a la audiencia infantil y juvenil, consumidores por excelencia del género de acción.

En contradicción con la normativa vigente, principalmente la contenida en el Decreto 2.625 que a continuación se transcribe de modo parcial, los programas transmitidos en horario infantil, adolescente y juvenil suelen ser los que mayor

**y principales resultados, entre 1994 y 1996. Cuadro 5**

Muestra de la programación	Principales resultados
Domingo 24 de julio de 1994 Canales: 2, 4, 8 y 10 24 horas de programación	<i>Actos de violencia:</i> Física: 2.020 (92 %) Verbal: 70 (3 %) Psicológica: 67 (3 %) Moral: 32 (2 %)    Total de actos violentos: 2.159
Semana de programación del 24 al 28 de abril de 1994 Canales 2, 4 y 10 Franja horaria infanto-juvenil de 3:00 p.m. a 8:00 p.m.	<i>Actos de violencia:</i> Física: 1.150 (66 %) Verbal: 385 (22 %) Psicológica: 159 (9%) Moral: 57 (3 %) Sexual: 5 (0 %)    Total de actos violentos: 1.743
Programación de los días hábiles de una semana de octubre-noviembre de 1995 Canales 2, 4, 8 y 10 Franjas horarias matutinas y vespertinas: de 9 a 12 m y de 3 a 8 p.m.	<i>Franja matutina:</i> Subtotal 2.654 actos de violencia física: 87 % en programas 13 % en promociones 0,5 % en publicidad <i>Franja vespertina:</i> Subtotal 3.355 actos de violencia física: 68 % en programas 29 % en promociones 3 % en publicidad Total 6.009 actos de violencia física
Programación 17 al 23 de junio 1996 Canales 2, 4, 8 y 10 Franja horaria de 2:00 p.m a 8:00 p.m.	<i>Actos de violencia:</i> Física: 1.007 (82 %) Verbal: 90 (7 %) Psicológica: 96 (8%) Moral: 28 (2 %) Sexual: 5 (0,4 %)    Total de actos violentos: 1.226

carga de violencia exponen, sin que se contrarresten o equilibren con programación de no violencia o argumentativa de la violencia como problema.

**Fragmentos del decreto 2.625. Texto 1**

*Artículo 4:* Las transmisiones clase Orientación de Adultos (OA), no incluirán:  
a) Mensajes contrarios a la institución familiar... f) Rituales satánicos y de brujería, presentado como solución a los conflictos humanos... j) patología o perversiones sexuales, relacionados con homosexuales... o pornografía en general...

*Artículo 13:* En las transmisiones de los programas... (dirigidos a los niños) se tenderá a la elevación moral y al sano esparcimiento y se procurará la formación de los niños y de los menores de dieciocho años respectivamente, mediante el desarrollo de temas que complementen sus conocimientos.

*Artículo 18:* Las estaciones de televisión dedicarán semanalmente, un mínimo de cuatro por ciento del tiempo total de transmisión, a las transmisiones educativas... A este último efecto se dará preferencia a los micros informativos que elabore el Ministerio de Educación, quien proyectará su contenido para la orientación del personal docente y los educandos.

---

Débil presencia de programas divulgativos de carácter histórico, geográfico, científico, educativo y cultural. Tanto los canales públicos como los privados concentraron su programación en seriales importados estadounidenses, en informativos y juegos de envite y azar (loterías y el 5 y 6). Todos los canales nacionales coinciden virtualmente en los contenidos de su programación.

De acuerdo con un estudio reciente (Hernández, 1999), los canales regionales, si bien emularon en alguna medida el estilo de programación de los canales nacionales, ofrecieron especial lugar a los contenidos educativos, culturales y científicos.

Con todo y ello, la mayor parte de éstos se vio forzada a complementar su programación con seriales, informativos, telenovelas, musicales, juegos de envite y azar, de modo de no quedar al margen del reparto de la torta publicitaria.

### **Perspectivas futuras de la TV**

Todo parece indicar que los distintos soportes de los medios de comunicación buscarán modalidades de convergencia. Esto es, tra-

tarán de sintetizarse en un solo medio capaz de ofrecer todas las ventajas tecnológicas en una sola unidad. Ello no implica que los distintos medios por separado tiendan a desaparecer. El antiguo telégrafo, por ejemplo, no ha desaparecido, sino que más bien se ha transformado en el complejo sistema de redes que requiere una simple oficina mínimamente equipada; el *fax* es una consecuencia de la línea tecnológica que iniciara el telégrafo de Morse desde mediados del siglo XIX. La radio seguirá existiendo independientemente, y cada vez con mayor capacidad de establecer conexiones instantáneas desde los más remotos lugares. Igual el teléfono, ya sea con los modernos conductores de amplísima capacidad como los actuales de fibra óptica, o los inalámbricos con mayor poder de alcance. Los impresos tampoco cederán ante sus versiones electrónicas, al menos en lo que somos capaces de vislumbrar.

Lo que quiere decir “síntesis” se refiere a la capacidad de un solo medio de convocar a todos los demás y reunirlos. Pues bien, esa compleja condición parece cumplirla la TV, pues en ella se funde buena parte de las tecnologías de la información: las que se despertaron con el avance de la electrónica y la informática, y las tecnologías de medios antes referidas. Lo que faltaba a la TV es su capacidad para “moverse”. En todo caso, aquel aparato inicial, lleno de tubos catódicos y pantallas de caja, ya está dejando de existir. Lo sustituyen los modernos “cuadros” muy delgados y llenos de *microchips* que permiten a cualquiera desplazarse con suma comodidad con su receptor. Nuevas y más versátiles fuentes energéticas terminarán por acabar con la dictadura del “enchufe” eléctrico. En suma, estas tendencias tecnológicas permitirán la movilidad suficiente como para convertir a la antigua TV en el aparato capaz de permitir múltiples ventajas: escuchar una emisora de radio de cualquier parte del mundo; leer titulares de cualquier periódico; acceder al bu-

---

**De acuerdo con un estudio reciente, los canales regionales...ofrecieron especial lugar a los contenidos educativos, culturales y científicos.**

---

zón de correo electrónico; realizar compras en los centros comerciales virtuales donde cada producto ofrecerá con lujos de detalles toda la información que requiera el potencial cliente; y muchas otras opciones, incluida, por supuesto, la posibilidad de ver el programa favorito, sea cual sea su fuente: abierta o por suscripción.

Pero no se habla aquí de un futuro lejano, por desarrollarse. Todas estas posibilidades tecnológicas ya se hallan en plena etapa de comercialización. Sólo resta esperar que la misma tecnología permita unos menores costos para así ponerlas al alcance pleno del mercado y hacerlas de uso cotidiano. Un buen ejemplo en este particular contexto es el de los teléfonos celulares.

El estudioso canadiense, Marshall McLuhan, impresionado por el enorme poder de alcance geográfico de la TV, algo que ya poseía la radio pero sin las imágenes, acuñó la frase metafórica "aldea global" para referirse a un mundo cada vez más mundo y cada vez con menos países. A decir verdad, la "globalización" no es un fenómeno nuevo. Se inició desde el mismo instante cuando la humanidad adquirió alguna conciencia de la totalidad del planeta.

Ese poder de interacción se ha incrementado enormemente gracias a la aparición de la radio y luego de la TV. Entre otras cosas, porque estos medios lograron superar las barreras del analfabetismo, que en una buena porción del siglo XX aún no se ha resuelto en una gran cantidad de países. Sólo resta superar las barreras de los idiomas, una adversidad en franco proceso de resolución, si se piensa en lo rápido que avanza el "bilingüismo", es decir, la capacidad de las personas corrientes de hablar dos idiomas: el propio y el universal, que por el tiempo presente es el idioma inglés.

Si estas tendencias se mantienen, la idea de "nación" será cada vez más del pasado, dándole paso a la idea de lo global. Y aunque parezca contradictorio, su predominio no restará en demasía al hecho de lo local, es decir, que resulta plausible pensar en que las personas se aferrarán a sus espacios locales, a sus costumbres. Aunque sin duda incorporarán comportamientos globales a los cuales accederán por vía virtual a través de los medios. Estas fuerzas contradictorias se manifiestan en lo concreto cuando se observa la consolidación de los canales de TV regionales, que representan la identificación con lo local, y el aumento vertiginoso de la TV por suscripción, cuya programación es producida en lugares muy lejanos de nuestra realidad cotidiana.

Cabe una reflexión final. La sociedad de la información, en la que ya vivimos, avanza hacia la pluralidad, esto es, a un escenario donde se ofrece la mayor cantidad posible de opciones de vida. Y es la TV el medio por excelencia a través del cual entramos en contacto con dichas opciones y las conocemos. Venezuela ya no es, desde luego, aquel país rural de la primera mitad del siglo XX, cuando hace aparición el medio televisivo. Es una sociedad que, como casi todas en el planeta, mantiene conectado casi todo su territorio poblado con el mundo de sonidos e imágenes, información y conocimientos, que ofrece esa tecnología síntesis que es la TV. Luego

de este medio siglo transcurrido, Venezuela está abierta al mundo, aunque quizás es mejor decir, se está abriendo al mundo. Muchas sorpresas, seguramente. aguardarán a las generaciones que advendrán en el siglo XXI.

#### BIBLIOGRAFÍA

ALVARAY Y COLS. (1991): *La oferta de la televisión venezolana (estudio de un día de programación en 13 televisoras)*, Caracas, Colección Canícula.

BOGARÍN, TANIA (1997): *La presencia de la violencia en la programación infantil en Venezuela*, Tesis de grado de la Escuela de Sociología, UCV, Caracas.

CONAC (1977): *Comisión preparatoria del Consejo Nacional de la Cultura, Comité de Radio y Televisión. Proyecto Ratelvé. Diseño de una nueva política de radiodifusión del Estado venezolano*, Caracas, Ediciones Librería Suma.

FERNÁNDEZ, BLAS (1994): *Domingo de psicópatas: análisis cuantitativo y cualitativo de la violencia televisiva de los canales 2 (RCTV), 8 (VTV) y 10 (TLVN)*, del día domingo 24 de julio de 1994. Tesis de grado de la Escuela de Comunicación Social, UCV, Caracas.

GÓMEZ, LUISANA (1997): *Violencia en la televisión (Estudio de los contenidos de violencia y sexo en los canales de televisión de cobertura nacional)*, en Serie Estudios RTSP núm. 1, Conac, Caracas.

HERNÁNDEZ DÍAZ, GUSTAVO (1992): "Situación de la radiotelevisión en Venezuela, para el año 1991", *Anuario ININCO*, núm. 4, UCV, Caracas.

— (1993): "Tendencias de la radiodifusión en Venezuela", *Anuario ININCO*, núm. 5, UCV, Caracas.

— (1994): "La radiodifusión en Venezuela para el año 1994", *Anuario ININCO*, núm. 6, UCV, Caracas.

— (1999): "Diagnóstico de la televisión en Venezuela", *Anuario ININCO*, núm. 10, UCV, Caracas.

— (1999) "Venezuela: esta es tu televisión", *Revista EXTRAMUROS*, FHE-UCV, núm. 10.

HERRERA, BERNARDINO (1994): "Para un estudio de la publicidad en Venezuela. Bitácora de investigación", *Anuario ININCO*, núm. 6, Caracas.

— (1996/1997): "Legislación publicitaria en Venezuela", *Anuario ININCO*, núm. 8, Caracas.

— (1998): "Violencia en los medios. Estudio empírico sobre violencia en la programación televisiva infantil y propuesta del enfoque 'tradiciones de violencia'", *Anuario ININCO*, núm. 9, Caracas.

— (1999): "La estructura publicitaria en Venezuela", *Anuario ININCO*, núm. 10, Caracas.

INSTITUTO NACIONAL DEL MENOR (1997): *Venezuela: Televisión, violencia y niños: Informe preliminar para un diagnóstico de la programación vespertina de alta audiencia infanto-juvenil*, Caracas, Fondo de Publicaciones del Instituto Nacional del Menor.

MINISTERIO DE INFORMACIÓN Y TURISMO (1981): *Estadísticas de la comunicación social en Venezuela*, Dirección General Sectorial de Planificación y Presupuesto.

PASQUALI, ANTONIO (1967): *El aparato singular: Análisis de un día de TV*, Caracas, Monte Ávila Editores.

SAFAR, ELIZABETH (1990): *La programación de Venezuela de Televisión*, Caracas, ININCO-UCV (mimeo).