



Espacio Abierto Cuaderno Venezolano de Sociología

ISSN 1315-0006 / Depósito legal pp 199202ZU44

Vol. 16 No. 4 (octubre-diciembre, 2007): 643 - 668

Los Medios en Venezuela. ¿Dónde estamos?

*Marcelino Bisbal**

Resumen

Se trata de una investigación que intenta dar cuenta de la situación de los medios de comunicación en Venezuela. La investigación es un breve estudio sobre el sistema de medios en el país y su inserción en el espacio cultural. Pero la investigación no se queda en los llamados medios tradicionales, sino que entra en el diagnóstico de los nuevos medios como el internet, la telefonía y todo el vasto mundo de las telecomunicaciones. El estudio intenta ser una referencia, no solo estadística, sino de situación cualitativa del espectro mediático venezolano.

Palabras clave: Medios de comunicación, evolución y situación cualitativa y cuantitativa, Venezuela.

* Escuela de Comunicación Social Universidad Central de Venezuela y Postgrado en Comunicación Social de la Universidad Católica Andrés Bello. Caracas, Venezuela.
E-mail; mbisbal@cantv.net

The Media in Venezuela. ¿Where Are We?

Abstract

The purpose of this article is to become aware of the communications media situation in Venezuela. The research is a brief study of the country's media system and its insertion in cultural space. However, the investigation is not limited to the so-called traditional media, but also enters a diagnostic of new media such as the Internet, the telephone and the vast world of telecommunications. This study is meant to be a reference, not only statistical, but also in terms of the qualitative situation of the Venezuelan media spectrum.

Key words: Communications media, evolution, qualitative situation, quantitative situation, Venezuela.

I. En perspectiva histórica

Desde finales de la década de los noventa Venezuela ha experimentado significativos cambios en muchos órdenes de su devenir como nación y por supuesto como sociedad. Quizás el giro más drástico, y a la vez más dramático, haya sido el político. Desde 1998 la fractura de los más importantes partidos políticos, que durante medio siglo dominaron todo el escenario de la sociedad política venezolana, dio paso a la presencia hegemónica de un "poder unipolar" encarnado en la figura del actual presidente de la República Hugo Chávez Frías.

Dentro de ese contexto, Venezuela continúa siendo un país de la América Latina cuya dependencia de la fuente energética petrolera es fundamental. Tan importante es el petróleo y su renta para nosotros, para nuestras vidas como venezolanos, que si nos acercamos a las cifras de las exportaciones nos podremos dar cuenta que no exageramos. Todos los expertos apuntan que la abundancia de "petrodólares" crece esencialmente por las exportaciones del crudo debido a que los precios son los mayores que se han registrado en la historia del país.

Al respecto, cabe señalar que el desarrollo moderno de los medios masivos en la Venezuela del presente es correlativo a la explotación comercial de los hidrocarburos y especialmente a la presencia de la riqueza petrolera. Pero también es importante acotar que los cambios que se han producido en el "paisaje mediático" del país se han debido fundamentalmente a los distin-

tos vaivenes políticos que hemos vivido y al contexto político que han emergido de esas transformaciones. Así, durante el régimen dictatorial de Juan Vicente Gómez (1908-1935) veremos surgir el inicio de nuestra historia radiodifusora con la aparición de la primera emisora de radio (*A.Y.R.E.*, 1926) que sirvió de puente para la radio comercial con la emisora *Broadcasting Caracas* (1930) que hoy sigue existiendo bajo las siglas *R.C.R* (*Radio Caracas Radio*). Por su parte, la televisión se inicia en Venezuela durante la dictadura de Marcos Pérez Jiménez (1948-1958) con la implantación de la primera estación de televisión la cual era de carácter estatal: *T.V.N 5* (el 22 de noviembre de 1952). Al año siguiente se harán presentes las primeras empresas privadas de televisión como fueron *Televisa* (hoy *Venevision*) y *Radio Caracas Televisión*. De esa forma nos ubicábamos entre las primeras nueve naciones de la tierra en poseer un servicio regular de teledifusión. Recordemos que será en 1950 cuando la televisión haga su aparición en los Estados Unidos. Para ese mismo momento, ya contábamos en el mundo de la radio con un parque de emisoras en amplitud modulada (AM) de 50 estaciones y entre 1946 y 1956 teníamos un crecimiento de 97 emisoras. Como vemos, esta génesis de los medios radioeléctricos en Venezuela se da en pleno desarrollo de gobiernos autoritarios y dictatoriales, al igual que bajo los inicios de la consideración comercial de la explotación del petróleo.

Por su parte, el siglo XIX inicia la historia de la prensa y del periodismo venezolano. Nuestros primeros periódicos, surgidos a la luz de las vicisitudes de la guerra de la Independencia de Hispanoamérica y a la llegada de la imprenta a Venezuela (1808), serán el lugar donde se depositen los aportes, reflexiones, discursos y documentos de la intelectualidad criolla de la época que prestaba servicios a la causa de las primeras repúblicas y a la reconstrucción nacional. Desde 1808 empieza a circular la *Gazeta de Caracas* como vocero de las autoridades coloniales y que de acuerdo a los avatares de la guerra pasará de un frente a otro. Pero el 27 de junio de 1818, bajo la égida de Simón Bolívar, irrumpirá *El Correo del Orinoco* como portavoz de la nueva república. Durante ese siglo XIX la prensa fue el espacio de comunicación colectiva para el desarrollo de las primeras expresiones públicas de opinión en torno al pensamiento político ya fuera conservador o liberal. Para mediados de ese siglo el país contaba con 1.218.000 habitantes, de ellos sólo recibían educación formal 13.100 y la cantidad de lectores apenas llegaba a la cifra de 30.000, pero existían 114 periódicos.

En esta breve descripción de la evolución histórica que han sufrido nuestras comunicaciones masivas y que se inicia en 1808 con la llegada a Caracas de la imprenta, podemos apuntar entonces que la modernización y crecimiento de esos mismos medios de comunicación ocurrirá a partir de finales de la década de los años cincuenta, coincidiendo además con el derrocamien-

to de la última dictadura militar vivida y sufrida en el país. De igual manera, la historia de nuestros medios, su estructura de funcionamiento, su implantación como empresas dentro de las lógicas del mercado ha estado ligada al proceso de desarrollo económico-capitalista de la nación, al igual que a los cambios y tendencias políticas que el país ha vivido en distintos momentos y circunstancias. En toda esta historiografía, como señalan varios autores, la gestión de los medios tuvo un desarrollo familiar, patriarcal y artesanal (este fue el caso de la prensa, la radio y en menor escala los inicios de la televisión comercial) hasta la consideración del medio como integrante de una industria dentro de la estructura económica del país y que coincidía con el crecimiento de la envergadura económica de los medios y su integración en un sistema global comercial ("economía informacional") que verá su desarrollo y expansión a partir de la década de los años ochenta hasta nuestros días.

II. La prensa y sus tendencias

La prensa en Venezuela ha venido cambiando como era de esperarse. Los cambios se han producido no sólo en el diseño formal, sino en la forma de procesar y presentar los contenidos. De aquel periodismo romántico en donde los intelectuales, convertidos en los periodistas de la época, pasaban hambre, transportaban su propia imprenta y editaban sus ejemplares, hemos llegado a un periodismo moderno convertido en empresa, en industria cultural.

Si entre 1812 y 1830 se editaban casi un centenar de periódicos en todo el territorio nacional, aún a pesar de que una buena porción de venezolanos no sabían leer, hoy contamos con 142 diarios y periódicos que conforman toda una industria periodística, ligada a otros medios y negocios y que ha venido evolucionando hasta convertirse en empresa multimedia. Algunas cifras sobre este medio nos dan idea de cómo ha sido la tendencia de crecimiento:

- En 1975 existían 59 diarios, diez de ellos de difusión nacional y el resto de difusión provincial. La circulación diaria alcanzaba más de 1.200.000 ejemplares.
- Para 1986 teníamos 70 diarios, de los cuales 61 eran diarios regionales. La circulación total era de 2.371.000 ejemplares en donde los seis principales diarios superaban el tiraje de 100 mil ejemplares.
- Actualmente contamos con 111 diarios (21 se editan en Caracas y el resto son diarios regionales) con un tiraje aproximado de casi 3.500.000 ejemplares. Los ocho principales diarios regionales (*Panorama*, *El Carabobeño*, *Notitarde*, *Correo del Caroní*, *La Nación*, *El Impulso*, *El Informador* y *El Tiempo*) concentran un tiraje de 255.000 ejemplares por día y los tres diarios de la capital de la República que están mejor consolidados económicamente y que tienen una circulación

nacional (*El Nacional*, *El Universal* y *Ultimas Noticias*) aglutinan un tiraje de 322.000 ejemplares diarios.

La estructura de propiedad del medio impreso en Venezuela se concentra en dos grupos bien diferenciados. El primero de ellos, tiene que ver con diarios cuyo origen de pertenencia es a grupos familiares tradicionales como son *El Nacional*, *El Universal*, *El Impulso*, *El Carabobeño*, *El Tiempo* y *Panorama* entre los más conocidos. El periodismo de este grupo de diarios es "objetivista", es decir sobrio en su presentación y tratamiento y dirigido a un perfil de lectores ubicados en las clases media y alta. Este grupo verá, a partir de finales de la década de los años sesenta, una gran expansión y modernización. El otro conglomerado, de carácter oligopólico, está estructurado como un verdadero grupo empresarial que diversifica su producción y extiende su poder económico siempre dentro del medio impreso. Nos referimos a la Cadena Capriles (1959) y al Bloque de Armas (1970). El periodismo de los distintos impresos de este grupo se caracteriza por el sensacionalismo-amarillismo configurando un estilo de periodismo de corte popular. Este segundo bloque de impresos tiene una gran penetración en las clases populares.

Historia aparte es el de las publicaciones impresas no diarias bajo el formato de revistas. Este formato de impresos ha venido variando en los últimos años con tendencia a la baja. Los datos son poco consecuentes con este tipo de publicación, en la actualidad se nos refiere la presencia de 157 impresos que se agrupan en revistas de Información General (21 publicaciones en Caracas y 11 regionales), revistas Femeninas (18), Deportes (17) y Especializadas (90).

En cuanto a la industria periodística regional, las variables de concentración son bastante semejantes a las señaladas para la prensa de Caracas o prensa centralista. En los más importantes diarios de la provincia se ha operado una modernización de la empresa con la introducción del equipo de impresión más avanzado y la presencia en las salas de redacción del sector de la informática. El proceso de descentralización que se ha venido dando en los últimos años y el desarrollo económico regional ha impulsado la presencia de una industria del periodismo en las distintas regiones del país moderna, influyente y requerida cada vez más por grupos económicos tanto del centro como regionales. El crecimiento de esta prensa se ha convertido en los últimos años en una tendencia importante dentro del panorama de la prensa en Venezuela. La prensa regional ha tenido un desarrollo y expansión que no nos imaginábamos que iba a ocurrir: en 1946 subíamos a 21 diarios regionales y con una circulación de 221.500 ejemplares; en 1976 ascendíamos a 51 diarios con un tiraje de 693.900 ejemplares; en 1986 llegábamos a 61 diarios y superábamos el tiraje del millón de ejemplares (1.211.000) y en la actualidad contamos con 85 diarios regionales que se aproxima casi a los

dos millones de ejemplares. Es decir, que esta prensa pasó en 60 años (desde 1946 a 2006) de 14 diarios a 85. El auge de la prensa regional dio lugar a que en enero de 1987 se creara la Cámara de la Prensa Regional (Cavepre) que hoy agrupa a los más importantes diarios de la provincia del país.

III. La radio y la television: nuevas oportunidades, nuevos actores

Corren los años de principios del siglo XX y será en plena dictadura de Juan Vicente Gómez cuando se instale la primera emisora de radio que fue la *Broadcasting Central de Caracas*, más conocida por las siglas *A.Y.R.E* (23 de mayo de 1926). El funcionamiento de esta primera experiencia radiofónica fue irregular hasta que a mediados de 1928 desaparece definitivamente. Pero será a partir de 1930 cuando la radio se instale definitivamente en el país con la aparición de la emisora *Broadcasting Caracas (YVIBC)*, hoy día *Radio Caracas Radio (R.C.R)* Esta emisora trajo consigo un modelo de radiodifusión basado fundamentalmente en los ingresos provenientes de anunciantes que pautaban sus publicidades en la estación radiofónica. Desde ahí, ese ha sido el quehacer de la radiodifusión venezolana como rama de la industria cultural. De igual manera, esta estación implantó también, a nivel de los contenidos, las primeras experiencias del llamado melodrama radiofónico que daría paso a las radionovelas de hoy.

Después del éxito de *YVIBC* surgirán nuevas emisoras, pero repitiendo con muy pocas variantes el estilo de programación que había impuesto la *Broadcasting Caracas*. Para 1935 ya funcionaban unas 13 estaciones de radio en todo el país y diez años después se habían otorgado unos 53 permisos para la explotación del medio. El crecimiento fue rápido y extendiéndose por todo el territorio nacional. Para 1955 existían unas 50 estaciones de radio y hacia comienzos de la década del sesenta ya contábamos con un total de 128, para 1975 llegábamos a la cifra de 137 y a finales de los ochenta teníamos la presencia de un parque de estaciones de radio que alcanzó la cifra de 173. En la actualidad contamos con 209 emisoras de amplitud modulada. Todas estas emisoras son privadas, de carácter comercial e imponiendo un estilo de programación que se fundamenta en la tríada música-publicidad-información/opinión. El Estado venezolano funda en 1936 la *Radio Nacional de Venezuela (R.N.V)* que permanece en el aire hasta nuestros días. En ese mismo año aparece la primera legislación sobre el medio radio, es decir la Ley y el Reglamento de Telecomunicaciones.

Es evidente el incremento cuantitativo del medio radiofónico (Cuadro I), aún a pesar de que en 1952 hace su aparición la televisión. Sin embargo, este crecimiento no se detiene a pesar de que los anunciantes empiezan a voltear hacia el nuevo medio para la promoción de sus artículos. Pero el crecimiento sigue con la irrupción de la radio en frecuencia modulada (FM) que en el país se instala hacia finales de la década de los ochenta y para el momento tiene una presencia de 521 estaciones. Este nuevo aire que se le inyecta a la radio en el país trae consigo no sólo el claro crecimiento del medio, sino unas variaciones en el estilo de programación que tiene que ver con la especialización-segmentación del contenido-audiencia. Así, hoy por hoy nos encontramos con emisoras en frecuencia modulada especializadas de acuerdo a preferencias musicales, informativas y de opinión.

Cuadro I
Numeros de emisoras de radio en Venezuela

Año	A.M	F.M	Total
2000	195	442	637
2001	209	461	670
2002	209	485	694
2003	209	498	707
2004	209	519	728
2005	209	521	730

Fuente: Comisión Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL).

En cuanto al régimen de propiedad del medio operan dos tipos de integración. Uno de ellos se basa en la propiedad bajo la misma personalidad jurídica y el otro es el de la integración comercial y de programación, incluso de propiedad directa, que se opera desde una emisora matriz regularmente enclavada en la ciudad capital. Esta última variante es el fenómeno de las llamadas Cadenas Radiales y en ésta modalidad los circuitos o cadenas más importantes, en cuanto a facturación publicitaria, audiencia y calidad de programación son *Unión Radio* que está imbricada con *Unión Radio Noticias* (un total de 13 emisoras, 7 en AM y 6 en FM), la *Mega* (13 emisoras en FM), *Exitos* (9 en FM) y *ONDA* (7 en FM) lo que le otorga a esta cadena un total de 42 emisoras distribuidas en todo el territorio nacional y *AM Center* que posee un total de 54 emisoras, 17 en AM y 37 en FM. Del total de emisoras de radio, tanto en AM como en FM, que conforman el parque radiofónico del país el 74 % de esas emisoras pertenecen a cadenas o circuitos radiales.

Tal como hemos apuntado, la radio se va expandiendo lenta y progresivamente por todo el territorio nacional y en estos momentos la cobertura a la que alcanza el medio es casi absoluta (90% del país). Este crecimiento también es apreciable en el número de hogares con aparatos de radio y en el número de receptores: en 1952 la densidad de receptores de radio era de 218.000, en 1962 será ya de 1.370.000 y para finales de la década de los setenta esa cifra se había duplicado a 3.350.000. En la actualidad el número de receptores casi llega a los 5 millones. Al observar el proceso de concentración radiofónica, apreciamos que en los últimos años se ha venido produciendo una desconcentración fuera del centro del país y su área metropolitana, al punto que el número de emisoras es superior fuera de Caracas.

De los sistemas audiovisuales el cine fue el más importante hasta la llegada y penetración masiva de la televisión. Los ciclos de introducción de un medio en relación al otro se han ido acortando. Así que entre la introducción de la prensa en nuestro país (1808) y los comienzos del cine (1897), transcurrieron casi 90 años. Entre el cine y la radio (1926) casi 30 y entre la radio y la televisión (1952) unos 26 años. La tecnología de transmisión de imágenes televisivas llega al país en 1946, pero tendrán que transcurrir seis años para que el 22 de noviembre de 1952 salga al aire la *Televisora Nacional de Venezuela (TVN 5)* ante la mirada curiosa y expectante de la Junta Militar de Gobierno, de los caraqueños de la época y del dictador Marcos Pérez Jiménez quien presidía el poder en Venezuela. La señal permanece poco rato en el aire hasta que se cae. Habrá que esperar a enero de 1953 para que nuevamente y en forma regular salga al aire la *Televisora Nacional*. Esta primera experiencia televisiva fue de carácter estatal y de esa forma Venezuela pasa a formar parte entre las primeras nueve naciones en poseer servicio regular de televisión, después de México, Brasil y Argentina.

Pronto vendrán las primeras estaciones privadas de televisión: el 30 de mayo de 1953 hará su aparición la actual *Venevision*, pero que en ese momento se llamó *Televisa YVLV: Canal 4*. La presencia de esta primera experiencia televisiva-comercial se debió al empeño de un pionero del medio radio en el país, Gonzalo Veloz Mancera. Pero también, junto con ser la pionera de la televisión privada, ella será la que inicie los convenios con accionistas transnacionales de gran poder mercantil como la *National Broadcasting Company (NBC)* de EE.UU, con socios de elevada capacidad económica como los señores Alberto Reina y Carlos Alfredo Blohn y con empresas como Cerveza Polar, Philco Sabal Hermanos y Publicidad Vepaco. Pero en los comienzos de la década del '60 *Televisa* empieza a confrontar serios problemas económicos y los accionistas deciden traspasar todos los equipos e instalaciones a un grupo de profesionales e incipientes empresarios de la televisión cubana (de la estación *CMQ-TV*), siendo el que más destacó como accionista del grupo el indus-

trial cubano-venezolano Diego Cisneros. Así, en 1961 surge *Venevisión: Canal 4* con el apoyo de la cadena norteamericana *American Broadcasting Company (ABC)* (42.95% del capital) y la corporación de bebidas gaseosas *Pepsi-Cola Internacional*. Los datos de la época revelan que estas transnacionales controlaban casi el 80% del capital, en tanto que el 20% restante pertenecía a los Cisneros (Oswaldo y Diego) y a la sucesión Monsanto.

La segunda estación privada-comercial que hace su entrada en el negocio televisivo venezolano, que empezaba a crecer con vientos favorables pues ya se había superado en apenas un año la cantidad de 50.000 hogares en la posesión de receptores, fue *Radio Caracas Televisión: Canal 7* que tuvo su origen en la empresa *Corporación Radiofónica Venezolana (CORAVEN)* nacida con la experiencia de explotación del medio radio en la primera emisora radiofónica que conoce el país como fue la *Broadcasting Caracas* que luego cambiará su nombre a *Radio Caracas*. Así, el 15 de noviembre de 1953 se inaugura formalmente la actual *Radio Caracas Televisión: Canal 7*, que después pasará a ser *Canal 2* hasta nuestros días. Esta segunda planta privada también tendrá accionistas foráneos de origen norteamericano: el 20% del capital estará en manos de la *National Broadcasting Company (ABC)* y el restante en posesión de capital nacional, es decir del grupo *William H. Phelps y Compañía*.

Ese fue el inicio de los dos grandes grupos de la explotación de la comunicación televisiva venezolana: la Organización Diego Cisneros (ODC) con su *Venevisión: Canal 4* como la iniciadora de todo el emporio audiovisual no sólo nacional, sino regional y más allá de la región; y el grupo *IBC* con su *Radio Caracas Radio* como la primera experiencia del negocio de radiodifusión en el país, hasta llegar a *Radio Caracas Televisión: Canal 2*. Aunque en el camino, antes de llegar hasta ahí, se darán otras experiencias de pequeños canales televisivos especialmente en la provincia venezolana.

El inicio de la televisión en la región estuvo subordinado a las multinacionales del negocio comunicacional norteamericano. Venezuela no fue la excepción de la regla, como ninguna nación de la América Latina donde se iniciaba la penetración del medio televisión. Así que en el país la presencia de "la invasión mundial de la electrónica y de la difusión de programas" no se hizo esperar a través de las "tres grandes" como se las conoció a la *NBC, ABC* y la *CBS* respectivamente. Pero también hubo otras compañías norteamericanas que actuaron en Venezuela con fuertes lazos a experiencias nacionales, este fue el caso de *Time-Life Broadcast Station* y su relación directa con la empresa *Proventel (Producciones Venezolanas de Televisión)*.

Ya para finales de la década de los años '50 la televisión se perfilaba como un gran negocio y alguien llegó a expresar que sería el negocio de la segunda mitad del siglo XX y que tendría su ola expansiva en el siglo XXI. Allí

hubo un sentido profético en perspectiva mercantil que se afianzará con la convergencia tecnológica del presente: sector audiovisual, sector informático y sector de las telecomunicaciones.

Para los inicios de la televisión en el país apenas contábamos con algo más de 200 mil receptores y una población de 5.4 millones de personas. Si embargo, en muy poco tiempo este medio será el de mayor penetración e impacto. El surgimiento del sistema democrático en Venezuela coincide con la ola expansiva de la televisión comercial en el país y con su poder de irradiación hacia todo el territorio. Si en los comienzos de la década de los años '60-hacia 1963- esa cobertura llegaba apenas al 20% del territorio, para 1970 se alcanzaba el 47% y se pasaba del 68% para 1978 al 98% en la actualidad. Entre 1952 –fecha de inicio de la televisión en Venezuela- y 1960, según un informe de la UNESCO, ya se habían establecido un poco más de 250.000 aparatos telerreceptores. En 1965 los hogares que contaban con esta tecnología correspondía al 30% (439.000 hogares), en 1970 llegábamos a un 47% (casi el doble de hogares que en 1965, es decir 820.000 hogares con televisión), de ahí a un 89% en 1991 (3.492.000 hogares con televisión) y en este momento la posesión de aparatos de televisión es de 98%, es decir 4.942.600 hogares con televisión.

Durante los años sesenta e inicio de los setenta se consolidarán, en Venezuela, las bases de una(s) industria(s) cultural(es) que tendrá a la televisión como el paradigma a seguir. En ese período se inicia la actividad publicitaria como el gran negocio que sostendrá a esas industrias culturales y que encontrará en la televisión comercial el espacio privilegiado para su inversión: mientras la televisión se lleva como promedio el 63.2% de la "torta publicitaria", la prensa contará con el 20.3%, la radio el 9.0%, las vallas y publicidad exterior acaparará apenas el 5.5%, internet tan sólo el 0.1% y otros medios el 1.4%.

A partir de la primera mitad de la década de los setenta la televisión se había convertido en el medio comunicacional de mayor penetración e impacto en la sociedad venezolana. Este hecho lo demuestra el aumento de receptores por hogares que fue constante en la década de los sesenta y que en los setenta será de explosivo aumento: la variación anual para 1970 fue de 86.8%, en 1975 de 57.5% y para los finales de esa década llega a ser del 79%. Esto significa que si en 1970 el número de hogares que poseían televisión era del 47% (820.000 hogares con televisión), pasábamos en 1979 a tener 2.218.500 hogares con televisión (79%). Para el año 2000 tenemos un total de 4.942.600 hogares con televisión, es decir que la posesión del medio era del 98%, porcentaje que hoy se mantiene. En esta misma línea de penetración y expansión, la cobertura de la televisión ha ido creciendo paulatinamente de un 20 % en 1963, al 43% en 1970, 68% en 1978 y 99% en la ac-

tualidad. En diciembre de 1979 comenzaron las transmisiones a color bajo el formato o sistema norteamericano M/NTSC.

El sistema de televisión pública estaba constituido desde 1952 por una planta televisiva que era la *Televisora Nacional*, pero desde 1974 empieza a contar con una segunda planta de televisión oficial que pasará a llamarse *Compañía Anónima Venezolana de Televisión (VTV-8)*. Sin embargo desde diciembre de 1998 la red de televisión estatal queda reducida a una sola estación televisiva: *Venezolana de Televisión: Canal 8*. En los actuales momentos el escenario ha cambiado y estamos en la conformación de lo que hemos denominado un "Estado-Comunicador", que en el caso de la televisión el Gobierno en funciones de Estado ya cuenta con seis estaciones de televisión supuestamente de servicio público.

¿Y qué decir de la televisión por cable o suscripción? Fue a finales de los ochenta cuando hizo su aparición el negocio de la televisión por suscripción en el país. Este tipo de conexión televisiva ha ido en franco crecimiento en los últimos años, no sólo en facturación sino en el número de suscriptores u hogares que están conectados al servicio. Así, para el año 2005 esta forma de televisión movió cerca de 540 millones de bolívares, y para el año 2006 se tuvo un incremento del 16.5%. y para ese mismo año contamos con 1.160.945 usuarios del servicio (frente a los 778.904 suscriptores que se tenían para el año 2000), el cual se reparte entre seis empresas siendo Directv (78 canales) e Intercable (72 canales) los más significativos en cuanto al servicio de contenidos que ofrecen. El encendido de este tipo de servicio televisivo es del 41% en relación al 59% de la televisión abierta. A pesar de que las llamadas "redes de cable" están resultando una amenaza para la televisión abierta, la audiencia típica de esas redes no ha crecido sustancialmente frente a la audiencia de la televisión abierta. Nuestro país cuenta con el índice de crecimiento más elevado dentro de la región de América Latina, que según diversas fuentes del sector está en el orden del 30% interanual.

Según la Cámara Venezolana de Televisión por Suscripción (Cavetesu) las empresas más grandes y que copan el mayor porcentaje del mercado son Intercable con 430 mil suscriptores (39% de participación), Directv con 400 mil usuarios (36.3% del mercado), Net-Uno con 110 mil afiliados (10%) y finalmente Supercable que abarca el 9.5% con sus 105 mil suscriptores. Estas cuatro empresas poseen un poco más del 94% del sector de televisión por cable o suscripción.

La programación de televisión por cable, según una muestra de 29 canales, multiplica la oferta especializada, aunque en sus tres cuartas partes es estadounidense. Apenan compiten algunos canales latinoamericanos (*ECO, Canal Sur, Telemundo, Circuito Caracil*) y europeos (*TV española, RAI italiana, Deutsche Welle alemana*). Según el *Libro de Hábitos y Ten-*

dencias Televisivas 2002-2003 de la empresa AGB de Venezuela, se mantuvo la tendencia de consumir más tiempo de televisión abierta en los televidentes con acceso de televisión por cable. En cuanto al número de minutos por bloque de horarios, las mañanas mostraron un consumo semejante entre televisión abierta y cable (57 minutos abierta vs. 60 minutos cable). A medida que transcurre el día, el consumo de televisión abierta fue más alto, observándose el mayor consumo de minutos de televisión por cable en el bloque de 12:00 a las 19:00 (84 minutos en total individuos). La misma fuente nos señala que para el año 2003 entre los canales de cable de mayor audiencia se destacan: *Cartoon Network, Discovery Kids, Fox Kids, Nickelodeon, MTV, Discovery Chanel, Fox Warner Chanel*. En la programación de este tipo de televisión predominan las películas, las series, los deportes, los programas de dibujos animados para niños y los programas especiales de carácter documental.

IV. Dos servicios de telecomunicaciones en crecimiento: Internet y telefonía

Venezuela ingresa al mundo de las telecomunicaciones, lo que significó ingresar a la vanguardia tecnológica comunicacional dentro del marco de la globalización económica y de mundialización de la cultura, a comienzos de la década de los años ochenta y noventa, hecho que se prolonga hasta nuestros días. La década de los ochenta fue la etapa de la llegada de internet al país con lo que se llamó la "internet académica"; luego vendrá el traspaso de la telefónica fija de manos del Estado al sector privado y el surgimiento de la competencia por abrir nuevos espacios a la telefonía (telefonía inalámbrica o móvil) (década de los noventa); la presencia creciente de la "internet hogareña" y los comienzos de la comercialización del sector (mitad de la década de los noventa y comienzos del 2000) y finalmente, la aparición de los denominados cybercafés (privados) y los infocentros (públicos) en la "internet cyber" (desde comienzos del 2000). Se calcula que al día de hoy un 75% de la población adulta tiene acceso a por lo menos un servicio de telecomunicaciones ya sea telefonía fija, móvil, internet o televisión por suscripción.

Después del petróleo, para Venezuela el mundo de las telecomunicaciones es el segundo sector más importante y de crecimiento sostenido desde 1993. De acuerdo a diferentes estudios provenientes de la Cámara de Empresas de Servicios de Telecomunicaciones (Casetel) del sector privado/comercial y de la Comisión Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL) de carácter público/oficial este renglón de las comunicaciones representaron a finales de la década de los noventa el 2.19% del PIB para la fuente de Casetel y para CONATEL el 3.3% del PIB. Lo que en promedio representó el 2.74% del Producto Interno Bruto.

Los renglones de las telecomunicaciones en nuestro país que han tenido la más alta tasa de crecimiento han sido internet, telefonía móvil y fija y la televisión por suscripción. Fue en el año 2002 cuando estos renglones de telecomunicación tuvieron el más alto crecimiento con 12.18% por sobre sectores tradicionalmente más significativos como el petróleo, la minería, electricidad y agua.

El comportamiento de las telecomunicaciones en el país, en lo que se refiere exclusivamente a internet y telefonía (móvil y fija) para el año 2006, según fuentes oficiales (CONATEL) y empresariales (Tendencias Digitales) fue como sigue:

- CONATEL estima la cifra de 679.144 suscriptores de internet en Venezuela. Pero la cantidad de usuarios que accede a la "red" por distintas vías es del orden de 3.549.417. Hoy existen 2.263 infocentros que ofrecen la conexión gratuita, pero el 48.5% del total de "navegantes" en internet lo hace a través de los cybercafés.
- El número de suscriptores de telefonía móvil está en el orden de 13.652.152 y los abonados activos para los servicios de telefonía fija es de 3.702.274 personas. Sin embargo, los datos proporcionados por el sector privado en las investigaciones de Tendencias Digitales (2006) para los usuarios de telefonía móvil es del orden de 16.500.000.
- El crecimiento para el año 2006 de estos dos sectores de las telecomunicaciones en Venezuela se presentó, en el caso de internet con un 38%, mientras que el de telefonía fija fue de un 8% y el de telefonía móvil en un 55.5%.

En cuanto al usuario de los servicios de telecomunicación, podemos apreciar algunos indicadores interesantes de resaltar que son el resultado de distintos estudios de campo llevados a cabo por la consultora Tendencias Digitales. De allí destacamos:

- Entre los actuales usuarios de telefonía fija, un 58% son usuarios de telefonía móvil, un 56% tiene televisión por suscripción y un 12% tiene acceso a internet.
- De los usuarios de telefonía móvil, 54% tiene acceso a línea fija, 50% a televisión por suscripción y 11% a internet.
- En lo que tiene que ver con los públicos de televisión por suscripción, un 74% tiene telefonía móvil, 70% tiene telefonía fija y 15% tiene internet.
- Entre los usuarios de internet, 96% tiene móvil, 94% tiene fijo y 92% tiene televisión pagada.
- En cuanto a los usuarios de internet, estos son esencialmente jóvenes (72% tiene menos de 34 años de edad) y los hombres predominan ligeramente con una presencia del 55%.

- Siguiendo con internet, encontramos que los principales usos tiene que ver con "enviar y recibir correos" (95.54%), "buscar información" (70.29%), "buscar información noticiosa" (64.39%), "entretenimiento" (57.64%), "hacer consultas bancarias" (54.61%), "bajar música y software" (50.36%), "chatear" (45.57%) entre los usos más determinantes y entre los de menor porcentaje de frecuencia de uso están "ver televisión" (3.87%), "vender productos y servicios" (7.56%) y "escuchar radio" (18.24%).

El futuro se perfila, desde la perspectiva de las tendencias, promisorio. Todas las fuentes especializadas nos indican que para el 2008 habrá un total de 16 millones de líneas móviles (58% de penetración), 5 millones de líneas fijas (17.9% de penetración) y las inversiones serán significativas al no disminuir el estimado de 650 millones de bolívares (31 millones de dólares). En cuanto a internet, el panorama también se presenta con un alto índice de crecimiento, esto significa que se erradicará casi por completo el discado para dar paso a la banda ancha, el servicio de televisión por cable crecerá y se abrirán nuevos espacios de complementariedad tecnológica y nuevos mercados aparecerán ofreciendo dispositivos con mayor rango de banda y de servicios convergentes de información-entretenimiento.

V. La digitalización llega a los medios

La prensa está cambiando y no sólo en nuestro país sino en el mundo entero. Ella está cambiando por algunas razones, entre las que destacan: -por el impacto de las nuevas tecnologías y, -por el predominio de la instantaneidad. Esos elementos están produciendo la aparición de nuevos impresos usando otros soportes distintos al papel y sería el caso de los medios impresos electrónicos o digitales como también se les suele designar, pero está generando también el uso de nuevas estrategias narrativas en la presentación-reconstrucción de la realidad a través de perspectivas distintas y el auge de la crónica para dar cuenta del hecho.

¿Cómo se reflejan esos cambios en la prensa de Venezuela? Esos cambios tienen que ver, por una parte, con el mundo de la "tecnología multimedia" que acopla textos, gráficos-fotos, y a veces otros medios como los audiovisuales. Esta tecnología nueva se integra en la llamada "autopista de la información" usando el puente que nos brinda la internet. Las más importantes empresas periodísticas del país no se han quedado al margen de estos cambios que introduce la tecnología de la información y desde 1996 se volcaron con sus productos informativos en la red. Hoy, muchos periódicos impresos ya cuentan con su versión "on line" (en línea) haciendo uso de las múltiples posibilidades que ofrece la prensa electrónica como son: -acceso directo a la información, -actualización inmediata, -interactividad con los lec-

tores, -personalización de contenidos, -posibilidad de otras búsquedas, -reducción de costos en la cadena de producción, -espacio ilimitado para dar información, entre otros. El diario *El Nacional* fue el primer impreso latinoamericano en adaptarse a esta modalidad, y apenas dos semanas después de que fuera aplicada en Estados Unidos. De igual forma debemos tener presente que este diario, en los comienzos de la década de 1980, saca la tecnología de la sala de producción y la lleva a la sala de redacción para la autoedición a través de las computadoras VDT. En la prensa regional hay que mencionar la experiencia del periódico *La Columna* de Maracaibo que en 1989 es el primer impreso totalmente realizado en microcomputadoras o computadoras personales.

De los 21 diarios que se producen en la capital de la República, 15 ya cuentan con sendas versiones digitales y del total de diarios nacionales que circulan en todo el país, 72 de ellos ya se ofrecen con su edición en línea. Para el año 2002 teníamos un total de 31 diarios que ya se editaban en soporte digital. El crecimiento, como vemos, ha sido considerable en estos últimos tres años. Pero el hecho más importante es que muchas de estas versiones "on line" dejaron de ser una réplica exacta del periódico impreso en papel para ofrecer al nuevo lector otros productos informativos, de opinión, interpretación y avances noticiosos preparados especialmente para la red en su respectivo "site" o espacio que ocupa el medio en la autopista de la información. Se calcula que la lectura de los periódicos "on line" se ubica en un 12% aproximadamente, constituyéndose en una de las opciones de visitas a la red a tomar en cuenta

Los otros medios que se ofrecen como opción en la internet son la radio y la televisión, pero el desarrollo de estos medios en el país bajo la modalidad digital todavía está supeditada a políticas públicas emanadas desde el Estado. En este sentido, Venezuela todavía tardará un buen tiempo en contar con televisión digital terrestre. Tengamos presente que si países como España tienen previsto que el 2012 sea el "apagón analógico" para la televisión, en Venezuela el tema no se discute ni por parte del sector oficial ni del privado. Sin embargo, eso no ha impedido el que muchas estaciones de radio y televisión transmitan sus contenidos a través de la mediación de internet. Una investigación de la empresa Datanalisis nos indicaba que para el año 2002, en el total de menciones de los sitios web más visitados por los usuarios venezolanos, apareciera la televisión con un 44.2%, la radio con un 24%, siendo respectivamente el cuarto y séptimo lugar de las preferencias.

VI. La aparición del estado-comunicador

Desde hace unos tres años, después del golpe de estado y la huelga general (2002), el Estado venezolano comienza a dotarse de una plataforma mediática sin precedentes en la vida republicana del país y nunca conocida en gobierno alguno en la América Latina. Cuando Hugo Chávez Frías llega al Gobierno se encuentra con un escenario de medios públicos más bien pequeño y reducido a casi escombros en materia de infraestructura tecnológica, además de exhibir una programación de muy baja calidad y de escasa sintonía. Para 1999 el parque público de medios apenas contaba con la señal de *Venezolana de Televisión (VTV)*, una señal radial en amplitud modulada (630 AM) para el centro del país y una señal en frecuencia modulada (91.1 FM). Además de la agencia de noticias oficial *Venpres*.

Sin embargo, el panorama cambiará drásticamente no sólo en cantidad de medios de propiedad directa del Estado, sino en el volumen de medios que llamaremos "para-estatales" o "para-públicos" ya que nacen por iniciativa del Gobierno quien los incentiva jurídicamente, publicitariamente y además los ayuda en la compra de los equipos requeridos para su instalación e inmediata puesta en producción.

Para el Gobierno venezolano, según han venido diciendo insistentemente sus voceros más calificados, es muy importante dotarse de una "nueva comunicación" que arrancó por remozar tecnológicamente lo que ya tenía el Estado en materia de infraestructura comunicacional, pero también ha sido política pública ampliar la existente hasta encontrarnos con la novedosa figura del "Estado-Comunicador".

Hoy, el Gobierno en funciones de Estado cuenta en materia de medios radioeléctricos con seis canales de televisión: *Venezolana de Televisión (VTV)*, *Vive TV*, *Asamblea Nacional TV* (adscrito al Poder Legislativo), *Avila TV* (que pertenece a la Alcaldía Metropolitana), *Telesur* que es un canal de alcance regional que se sintoniza por cable o satélite y a raíz del retiro de la concesión a *Radio Caracas Televisión (RCTV)* el 14 de mayo de 2007, a través del decreto presidencial 38.682, se da la partida de nacimiento a la Fundación Televisora Venezolana Social. Esta nueva planta de televisión empieza sus transmisiones la noche del 27 de mayo del 2007. Irrumpe en el espectro radioeléctrico bajo el lema de "televisión de servicio público" y se trata de *TVES (Televisora Venezolana Social)* la cual empieza sus transmisiones usando la red de cobertura que ya tenía instalada *RCTV*. Se trata de una estación de televisión que nace por iniciativa del Ejecutivo con una inversión inicial de 4 millones de dólares y adscrita al Ministerio del Poder Popular para la Comunicación e Información. Los primeros datos de audiencia que se conocen, nos indican que la sintonía apenas llega al 5 por ciento y en relación a

los contenidos, el investigador Gustavo Hernández analizando tres días de programación de *TVES*, refiere que el 60 por ciento de la producción es extranjera y que un 15 por ciento del espacio se dedica abiertamente a propaganda gubernamental. El investigador concluye diciendo que *TVES* contradice todos los planteamientos que se le asignan a un verdadero servicio público de televisión.

En el sector de la radio, se tiene a *Radio Nacional de Venezuela (RNV)* que posee tres emisoras: una en amplitud modulada, otra en frecuencia modulada y la otra en banda internacional y el grupo de emisoras, cuatro en total, que forman el circuito *YVKE Mundial*. La agencia de noticias del Estado que es la *Agencia Bolivariana de Noticias (ABN)* que no solamente tiene corresponsalías en todo el territorio nacional, sino que se ha extendido internacionalmente por intermedio de convenios con agencias como la cubana *Prensa Latina* y la española *EFE*.

Ese escenario de medios se completa con la Red Digital del Ministerio de Comunicación e Información (MCI) que incluye todo un conjunto de páginas web de los distintos órganos del aparato estatal, así como del propio MCI, *Vive TV*, *VTV*, *Telesur*, *RNV* y los llamados grupos que asocian a los Productores Independientes para la radio y la televisión. A escala internacional el Gobierno cuenta con la red *Ven-Global News* que ofrece información de la actualidad nacional a escala internacional.

A toda esta vasta estructura comunicacional hay que mencionar a los llamados "medios para-estatales" o "medios para-públicos" en donde nos encontramos con aproximadamente 400 emisoras de radio comunitarias, 36 televisoras comunitarias y unos 100 periódicos de distinta periodicidad. La mayoría de estos medios que se autodenominan "alternativos y comunitarios" forman la Asociación Nacional de Medios Comunitarios Libres y Alternativos (ANMCLA) y son medios en donde la ingerencia del gobierno es visible por lo que apuntábamos antes, es decir por la inserción de pautas de publicidad, por la compra de los equipos e instalaciones, hasta el aporte de recursos para su "fortalecimiento". Son medios que directa o indirectamente están articulados a las políticas gubernamentales bajo el ideario político del actual Gobierno.

En el ámbito de las telecomunicaciones es importante destacar la re-nacionalización de la CANTV, lo que implica que ahora el Estado vuelve a tener el control no sólo de la telefonía, sino del mundo de las telecomunicaciones y de la informática (CANTV maneja el 70 por ciento de las llamadas nacionales y 42 por ciento de las internacionales). Hoy, con este proceso de re-nacionalización el gobierno tiene una concentración de influencias en telecomunicaciones que incluye al propio ente rector de ese mundo como es el Ministerio del Poder Popular para las Telecomunicaciones y la Informática, al cual

se le adscriben la Comisión Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL), el Instituto Postal Telegráfico de Venezuela (IPOSTEL), el Centro Nacional de Tecnología de la Información (CNTI) y la red de Transmisiones de Venezuela (REDTV). De esta forma estamos en presencia de un solo actor dominando el transporte de voz, de datos y de video y que además de ser regulador es ahora operador. Algunos funcionarios de gobierno han apuntado la posibilidad de limitar el acceso a la red, lo que implicaría un nuevo y sofisticado proceso de restricción de la vida pública y privada. Así, recientemente se expresó la idea de que "Las nuevas mesas técnicas de telecomunicaciones, tendrán en sus manos la decisión sobre las restricciones que se harán a los contenidos de internet, de acuerdo a las necesidades que tenga cada comunidad".

En lo que a comunicación satelital se refiere, el Gobierno ha proyectado poner en órbita para el año 2008 su propio satélite. También está la CVG-Telecom, empresa de telecomunicaciones creada por la Corporación Venezolana de Guayana (CVG) y la empresa Edelca (Electrificación del Caroní). Esta empresa ofrecerá a partir del 2007 una red de alta velocidad para el transporte de datos, pero más adelante aspira a proveer servicios de internet y televisión por cable.

Todo ese escenario tiene la tendencia a crecer en breve tiempo. Para finales del año 2006 el Estado oficializaba la compra del canal privado de televisión: el *Canal Metropolitano de Televisión (CMT)* desde donde empezará a operar la cadena *Telesur*. Igualmente se concretó la venta de la mayor parte de las acciones de otro canal de televisión privado como es *Puma TV*. Incluso, se ha hablado de que el Gobierno estaría pensando en tener un impreso de circulación nacional.

Al observar toda esta estructura de medios en manos del Estado, advertimos la presencia de un "Estado-Comunicador" que ha visto en la información y la comunicación el espacio privilegiado para la educación e ideologización en pos de una "sociedad socialista" que es el objetivo prioritario hacia donde se orienta este proceso gubernamental en funciones de Estado. De igual manera, toda esa plataforma de medios que se ha venido concretando en los últimos tres años en manos del Gobierno pone a prueba dos consideraciones importantes de apuntar: la primera que tiene que ver con el papel del Estado y de las políticas públicas en comunicación y la otra, la articulación del Estado con este ámbito tan estratégico como lo es la comunicación.

VII. El marco regulatorio

En Venezuela existen diversos organismos que tienen que ver con el mundo de las comunicaciones y por ende, con el sector de las tecnologías de la información y comunicación. Esos organismos del Estado tienen funciones precisas en relación al área, aún cuando en ocasiones se duplican funciones y se solapan estrategias entre un organismo y otro. Tenemos que mencionar la Comisión Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL), el Ministerio de Ciencia y Tecnología (MCT), el Centro Nacional de Tecnologías de Información (CNTI), el recién creado Ministerio de Telecomunicaciones (inicios del 2007) y el Ministerio de Comunicación e Información (MINCI). Todos estos entes gubernamentales están orientados hacia la regulación de la estructura comunicacional del país en dos áreas importantes y concretas: lo referente al mercado de los medios (licencias, garantías de la concurrencia, interrelaciones de los operadores de los servicios entre sí y con los usuarios) y lo que tiene que ver con el tema de los contenidos.

Para completar el escenario de regulación de medios, con proyección de mediano y largo plazo, recientemente (septiembre de 2007) se publicó desde el gobierno el llamado *Plan para el Desarrollo Económico y Social de la Nación 2007-2013* en donde se esbozan una serie de principios, objetivos y estrategias para el ámbito de la comunicación-información en Venezuela. Se nos dice en el referido documento que el sentido general y principista del Plan es "la plena realización del Socialismo del Siglo XXI que estamos inventando y que sólo será posible en el mediano tiempo histórico, y que pasa necesariamente por la refundación ética y moral de la Nación venezolana". De forma reiterada se señala la tesis de la "democracia protagónica revolucionaria" y para ello se debe promover dentro del "poder ciudadano" y de los medios de comunicación:

- El control social hacia los medios de comunicación masivos.
- Fomentar la utilización de los medios de comunicación como instrumento de formación.
- Universalizar el acceso a los diferentes tipos de comunicación.
- Establecer como obligatorio la utilización de códigos especiales de comunicación para los discapacitados.
- Fortalecer los medios de comunicación e información del Estado y democratizar sus espacios de comunicación.

Para alcanzar esos principios se prevé, según el mismo Plan, los siguientes objetivos, estrategias y políticas:

- Fortalecer la práctica de la información veraz y oportuna por parte de los medios de comunicación masivos.

- Fomentar que los medios de comunicación masivos formen parte de la promoción y defensa de la soberanía nacional.
- Consolidar el sistema de comunicación nacional como instrumento para el fortalecimiento de la democracia protagónica revolucionaria y la formación.
- Fortalecer la red de medios de comunicación alternativos.
- Incentivar la creación y el fortalecimiento de vínculos y comunicación entre organizaciones sociales.
- Garantizar la transparencia y democratización de la información.
- Fomentar la utilización de los medios de comunicación como instrumento de formación. Para tal fin se debe lograr que: -Utilizar los medios de comunicación como instrumentos de formación en valores ciudadanos; -Educar en la utilización responsable y crítica de los medios de comunicación; -Promover el control social de la población hacia los medios de la comunicación masivos.
- Promover el equilibrio entre los deberes y derechos informativos y los comunicacionales de los ciudadanos y ciudadanas. En ese sentido hay que: -Facilitar el acceso de la población excluida a los medios de comunicación; -Estimular la participación ciudadana en la defensa de sus derechos y el cumplimiento de los deberes comunicacionales.
- Universalizar el acceso a los diferentes tipos de comunicación. Desde ahí: -Fomentar el hábito de la lectura, el uso responsable de internet y otras formas informáticas de comunicación e información; -Facilitar el acceso de las comunidades a los medios de comunicación; -Facilitar condiciones tecnológicas, educativas y financieras a los nuevos emprendedores comunicacionales; -Establecer como obligatorio la utilización de códigos especiales de comunicación para los discapacitados; Fortalecer los medios de comunicación del Estado y democratizar sus espacios de comunicación.
- Promover la soberanía comunicacional. Se establece que: -Divulgar el patrimonio cultural, geográfico, turístico y ambiental de Venezuela; -Construir redes de comunicación y medios de expresión de la palabra, la imagen y las voces de nuestros pueblos; -Crear un ente internacional centrado en la organización de los medios comunitarios alternativos.

Dentro del marco regulatorio es importante mencionar aquellos instrumentos que se relacionan directamente con las telecomunicaciones. La normativa jurídica para los medios radioeléctricos, así como todo lo referente a la comunicación satelital, provenía en nuestro país de los años cuarenta y finales de los años treinta y más concretamente de 1936 y 1940. Para esas fechas se promulga, en pleno Gobierno del General Eleazar López Contreras,

la Ley de Telecomunicaciones y el Reglamento de Radiocomunicaciones. En esos instrumentos se regulaba todo lo relativo "(...) al establecimiento y explotación de todo sistema de comunicación telegráfica por medio de escritos, signos, señales, imágenes y sonidos de toda naturaleza, por hilos o sin ellos u otros sistemas y procedimientos de transmisión de señales eléctricas o visuales, inventadas o por inventarse".

A medida que una nueva tecnología comunicacional iba surgiendo se nos presentaba el sueño de la necesidad de derogar la vieja Ley e iniciar la discusión y la reflexión para dar vida a un nuevo y renovado instrumento legal. Pero nunca éramos capaces: 11 proyectos de ley se redactaron, pero dos solamente tuvieron la suerte de pasar una primera discusión en el parlamento y, hasta 1996 ya se habían formulado 12 decretos regulando vacíos legales que dejaba la Ley de Telecomunicaciones ante la incorporación de un nuevo instrumento tecnológico. Para no hacer referencia a la variedad de decretos y resoluciones que tenían que ver con aspectos sociales, culturales, de contenido, educativos y de operación. Pero después de 60 años todo ese panorama cambió de alguna manera. El 31 de mayo del 2000 se aprueba, bajo la concertación de todos los sectores involucrados en el uso y explotación de los servicios de telecomunicaciones, la actual Ley Orgánica de Telecomunicaciones.

A pesar de que la nueva Ley significa un avance en la relación Estado y comunicación, aún falta por redactar y poner en práctica los respectivos reglamentos. Esta nueva Ley deja bien establecido, al igual que la de 1936 y 1940, que "El espectro radioeléctrico es un bien de dominio público de la República Bolivariana de Venezuela, para cuyo uso y explotación deberá contarse con la respectiva concesión, de conformidad con la Ley". En ese sentido no hay cambios. Sin embargo, estamos en presencia de un instrumento amoldado a los signos de los tiempos en donde la "liberalización" del sector es la llave de las distintas reglas que establece la nueva Ley:

- Defender los intereses de los usuarios, asegurando su derecho al acceso a los servicios de telecomunicaciones en adecuadas condiciones de calidad, y velar porque se prestación se haga de manera compatible con sus derechos.
- Procurar las condiciones de competencia entre los operadores de servicios, mediante la adopción de medidas que resulten oportunas a tales efectos.
- Promover la prestación e integración eficiente de más y mejores servicios, redes y tecnologías cuando estén disponibles, con el fin de lograr el acceso a éstos de los habitantes de la república en condiciones de igualdad e impulsar la plena integración territorial, económica y social.

- Promover la investigación, el desarrollo y la transferencia tecnológica en materia de telecomunicaciones, la capacitación y el empleo de venezolanos en el sector.
- Procurar el uso efectivo, eficiente y pacífico de los recursos limitados de telecomunicaciones, así como su adecuada protección.
- Incorporar y garantizar el cumplimiento de las obligaciones de servicio universal, calidad y metas de cobertura mínima uniforme, y aquellas obligaciones relativas a seguridad y defensa, en materia de telecomunicaciones.
- Favorecer el desarrollo armónico de los sistemas de telecomunicaciones en el territorio nacional, de conformidad con la Ley y demás disposiciones legales aplicables.
- Favorecer el desarrollo de los mecanismos de integración regional en los cuales sea parte la República y fomentar la participación del país en organismos internacionales de telecomunicaciones.
- Promover la inversión nacional e internacional para la modernización y el desarrollo del sector.

En Venezuela el Estado otorga en concesión el permiso para explotar los servicios de radiodifusión siempre que se cumplan las disposiciones ya establecidas en la Ley Orgánica de Telecomunicaciones. Par velar por esa política y hacerla concreta está la Comisión Nacional de Telecomunicaciones. Después de la promulgación de esta Ley se aprobó en el 2001 la Ley de Mensajes de Datos y Firma Electrónica. Igualmente, se han venido adelantando algunos planes concebidos bajo la figura de políticas públicas con el objetivo de expandir el uso de las tecnologías de la información y comunicación, sentar las bases de modernización del Estado en esa área que es lo concerniente al "gobierno electrónico" y contribuir al uso masivo de las telecomunicaciones. Así, tenemos que mencionar el Plan Nacional de Tecnologías de Información (PNTI) del Ministerio de Ciencia y Tecnología, el Plan Nacional de Telecomunicaciones (PNT) del Ministerio de Infraestructura y el Decreto 825 (promulgado en mayo de 2000) que establece las bases del "gobierno electrónico" como instrumento para la modernización del Estado venezolano en todo lo que tenga que ver con la gestión de los servicios públicos en línea a brindar gestión de manera eficiente y transparente. Debemos mencionar también el proyecto de Ley de Acceso Público a la Información que debe instrumentarse, una vez aprobado, a finales del año 2007.

El asunto de los contenidos en los medios, y especialmente en los radioeléctricos, es un tema bien controvertido. Hoy, a raíz de la presencia de una nueva Ley de Telecomunicaciones, vuelve a irrumpir el asunto-problema de los contenidos audiovisuales con el objetivo fundamental, como el mismo gobierno ha planteado, de "el respeto a los derechos, al honor, vida privada, intimidad, propia imagen, confiabilidad y reputación de los demás; la protección de la seguridad nacional, el orden público a la salud o la moral públicas; y la protección integral de la infancia y la adolescencia". Se plantea entonces, desde los artículos 208 y 209 de la Ley Orgánica de Telecomunicaciones, la necesidad de reglamentar los contenidos vehiculados a través de los servicios de divulgación audiovisual y sonora. Al respecto y dentro del contexto sociopolítico y cultural actual del país se aprueba una Ley sobre la responsabilidad social en la prestación de los servicios de divulgación audiovisual y sonora, que en palabras de algunos sectores del país opuestos a la actual gestión gubernamental se conoce como "Ley de Contenidos" o "Ley Mordaza" y en los discursos del lado gubernamental se le refiere como "Ley Resorte", es decir Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión. Esta Ley contiene un conjunto de artículos bien detallados, que procuran (como deseo) un "mejor contenido" en los llamados servicios de divulgación sonoros y audiovisuales.

Dentro de ese cuerpo de normas que regulan las actividades de la llama industria de medios en nuestro país, es importante referirnos brevemente a otros instrumentos jurídicos ya presentes o que están por hacerse visibles. Nos tenemos que referir a la Ley de Infogobierno que se ha estado discutiendo; al proyecto de Ley de Participación Ciudadana; el cierre, desde enero de 2007, de todas las oficinas de información y prensa del gobierno (ministerios y cuerpos policiales, menos la oficina del despacho presidencial) por resolución del Ministerio del Poder Popular para la Comunicación y la Información (MPPCI) y que establece que ningún despacho gubernamental o funcionario puede dar declaraciones que no estén avaladas por el MPPCI; la Ley y el Reglamento de Radios y Televisión Comunitarias; la Ley de Delitos Informáticos; el Anteproyecto de Ley de Datos y Habeas Data y la Ley de Derechos de Autor que se ha estado discutiendo.

VIII. Una consideración final

Este es el panorama que hoy ofrece nuestro "paisaje mediático" en lo que tiene que ver con la estructura de medios y con la consideración de lo que llamaríamos los "nuevos medios" como la internet, la televisión por cable o por suscripción, el campo de la telefonía móvil y todo lo concerniente a la digitalización de los medios. Igualmente, hemos visto como el Estado venezolano ha dejado de estar en minusvalía mediática para pasar a configurar

un Estado-Comunicador. Quizás sea este último aspecto lo más indicador de cómo hoy los medios y su massmediación se han convertido en un espacio privilegiado para la "confrontación por el poder". Pero también hemos descubierto como en Venezuela, los grupos tradicionales que tenían y tienen propiedad de medios han pasado a convertirse en grupos multimedia. Y hemos visto como estos últimos se han profesionalizado y especializado para hacer de los medios toda una rama sofisticada de las llamadas industrias culturales que responde a un mercado que no sólo es de orden económico, sino también simbólico.

Un aspecto que nos tocamos como centro del diagnóstico ofrecido tiene que ver con el consumo cultural y sus lógicas dentro de nuestro contexto. Digamos algo al respecto. Las más recientes investigaciones nos dicen que las actividades de consumo "dentro de la casa" que habitualmente acostumbra a realizar la gente del área investigada están relacionadas, en primer lugar, con los medios masivos de comunicación, específicamente con "ver TV" y "escuchar radio". En relación a otra actividad de importancia está el "escuchar música". Así mismo, amerita señalar el auge que está tomando el uso del computador dentro de la casa, ya que una cuarta parte de la gente entrevistada sostiene "estar ante un computador", "todos los días/casi todos los días". Otros medios de comunicación de gran uso son "leer la prensa, revistas, libros". En resumen, el orden de importancia de las actividades culturales "dentro de la casa" de acuerdo al porcentaje de respuestas en las frecuencias de consumo "todos los días/casi todos los días" es el siguiente: 1) Ver TV - escuchar radio: 92%; 2) Escuchar música: 83%; 3) Leer prensa: 71%; 4) Leer libros: 40%; 5) Leer revistas: 37%; 6) Estar ante un computador: 25%; 7) Ver cine en video: 12%; 8) Jugar video - juegos: 5%; 9) Jugar dominó: 3%. Estos datos nos hacen considerar que:

- La administración privada del consumo de bienes culturales, producidos por la industria cultural, se ha transformado en el equivalente del consumo cultural de las poblaciones urbanas. Las interrogantes: ¿Cómo afecta esta tendencia a los espacios de producción culto-académica y local-popular?, ¿qué ocurre en las esferas de lo massmediático?
- Los niveles de escolaridad e ingresos determinan la oferta de lo culto-académico (como visitar bibliotecas, librerías, asistir a museos o galerías, congresos, conferencias o espectáculos de música clásica), que se mantiene inelástica y restringida. Estas razones a su vez enfatizan la fuerte asimetría de consumo en los diversos campos culturales. También a estas variables se condicionan el uso de los "medios masivos intermedios" (libros, prensa-revistas, cine en salas de proyección o video cassette-CD en DVD, discos o video-juegos). Está

muy claro: a mayor nivel académico y mayor poder adquisitivo, mayor consumo de estos bienes.

- Por su parte, los verdaderos colosos son los medios masivos electrónicos de libre recepción (televisión decodificada y radio), pues aceptan un mayor número de espectadores, sin generar discriminaciones en sus audiencias.
- El otro aspecto a considerar es el de los nuevos espacios de producción cultural-local-popular. En ese sentido, estamos asistiendo a una "mediatización de lo popular", lo que implica una transformación no sólo de los géneros, sino de sus formas y contenidos.
- Las colectividades se aproximan cada vez más a los media para entender y ver el mundo. Son los massmedia quienes permiten a una abrumadora multiplicidad de espectadores el acceso a la historia cotidiana. La realidad se ha mediatizado. Hoy, vivimos en el espacio globalizado lo que probablemente nunca hemos compartido en nuestros propios territorios domésticos. El "otro" que cada uno de nosotros somos en el espacio doméstico se descentra en el espacio globalizado donde tendemos a "parecernos" más.
- Los grandes medios están rompiendo el vínculo intrínseco que existía entre territorio y cultura, y eso permite la creación de espacios comunes, en los que se interseccionan las identidades de diferentes actores, en diferentes temporalidades y lugares y en distintos contextos socioeconómicos.
- Se materializa así un universo nuevo de relaciones interculturales, que moldean imaginarios y trazan directrices conductuales.

Desde ahí y desde las transformaciones que han ido sufriendo nuestra estructura de medios, además de las determinaciones que han pautado los factores de orden tecnológico, e incluso de orden político es que debemos visualizar perspectivas de futuro. Pero ello es para otro diagnóstico.

Referencias Bibliográficas

- BISBAL, Marcelino (1994). **La Mirada Comunicacional**. Alfadil Ediciones. Caracas.
- BISBAL, Marcelino (2006). "El Estado-Comunicador y su especificidad. Un diagnóstico inacabado y estrategias", en la **Revista Comunicación** No. 134, Segundo Trimestre 2006. Editada por el Centro Gumilla. Caracas.
- CASETEL y Universidad Monte Monte Avila (2005). **II Jornadas de Telecomunicaciones**. Caracas.
- DATANALISIS y CAVECOM (2002). (Estudio realizado para la Cámara Venezolana de Comercio Electrónico). Caracas.

DATANALISIS y CAVECOM (2002). **Indicadores de penetración y uso de internet en Venezuela.** Caracas.

DATANALISIS (2005). **Tendencias Digitales.** Caracas.

PNUD (2002). **Informe sobre Desarrollo Humano en Venezuela.** Las Tecnologías de la Información y la Comunicación al servicio del desarrollo. Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD). Caracas.

VARIOS AUTORES (2004). **Los Medios de Comunicación en Venezuela. Historia Mínima.** Fondo Editorial de la Fundación de los Trabajadores Petroleros y Petroquímicos de Venezuela. Caracas.

VARIOS AUTORES (2005). **Televisión, pan nuestro de cada día.** Alfadil Ediciones. Caracas.