



## Géneros periodísticos y Política

*Journalistic genres and Politics*

*Genres journalistiques et politiques*

*Generi giornalistici e Politica*

*Journalistische Genres und Politik*

*Gêneros jornalísticos e Política*



El presente estudio es resultado de la línea de investigación *Géneros periodísticos y Política* que coordina la profesora Mariela Torrealba, de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela. En el documento se detallan algunas de las conclusiones más generales que se desprenden de la investigación. En un primer momento, se analiza el proceso de investigación, recolección y procesamiento de información, así como los criterios seguidos. En un segundo momento, se analizan algunos de los más significativos datos

disponibles sobre el **sistema mediático del país**. Un tercer apartado se concentra en el estudio de los datos de los medios de propiedad estatal. El cuarto y quinto apartado consideran la información disponible incluida en la base de datos (BD) de los nuevos actores del sistema: emisoras comunitarias y páginas web. Finalmente se analiza el impacto que ha tenido el proceso investigativo en la actividad docente y se delimitan las estrategias que permitirán el crecimiento y actualización de la BD.

Apoyaron a la investigadora responsable en la redacción del informe los siguientes profesores del Departamento de Periodismo de la Escuela de Comunicación Social, Facultad de Humanidades y Educación de la UCV: Rosa Elena Pellegrino (Medios del Estado), Adriana Gregson (Medios Comunitarios) y Daniel Maggi (Web). Participaron como auxiliares de investigación en la realización de la Base de Datos los Brs. César Valenzuela (Semestre 2008-1, auxiliar de investigación contratado por el CDCH), Emily Avendaño (Semestre 2009-1, preparadora del Departamento de Periodismo) y Keilma Rojas (Semestre 2010-1, auxiliar de investigación contratada con ingresos propios de la ECS-FHE-UCV). Cooperaron en la recolección de información los cursantes de Teoría de la Información Periodística semestres 2007-2, 2008-2 y 2009-2.



El instrumento de investigación se realizó en el 2007 contando con el apoyo de la Prof. Mabel Calderín (UCAB) y de la Esp. Daisy Arrieta, Directora de la Biblioteca Gustavo Leal de la Escuela de Comunicación Social-UCV. Fue revisado y ampliado en el año 2008 con el aval de la Prof. Rosa Elena Pellegrino de la ECS-UCV. Y, en el año 2009 fue examinado con el soporte de la Prof. Luisa Torrealba del ININCO-UCV. A lo largo del proyecto se contó con el respaldo de la Esp. Daisy Arrieta y de todo el personal de la Biblioteca Gustavo Leal de la Escuela de Comunicación Social de la UCV.

## MARIELA TORREALBA (Venezuela)

Doctorante en Teorías del Desarrollo (CENDES, UCV). Magister Scientiarum en Planificación del Desarrollo, mención Política Social (2004), Especialista en Comunicación Cultural (1985) y Licenciada en Comunicación Social (1985) por la Universidad Central de Venezuela (UCV). Profesora Asociada de la Escuela de Comunicación Social de la Facultad de Humanidades y Educación (FHE) de la UCV. Representante del Área de Comunicación Social ante la Comisión de Estudios de Postgrado (CEP) de FHE-UCV (2009). Miembro de diversas asociaciones científicas nacionales e internacionales. Investigadora responsable de la línea de investigación *Tratamientos, géneros periodísticos y política* del Instituto de Investigaciones de la Comunicación (ININCO) de la UCV. Docente de los programas académicos de postgrado Maestría en Comunicación Social, Maestría en Gestión y Políticas Culturales, y Especialización para el Uso Creativo de la Televisión del ININCO-UCV. Miembro fundador de la Asociación de Investigadores Venezolanos de la Comunicación (InveCom). Colaboradora en diversos diarios y revistas nacionales e internacionales.

Correo electrónico: [periodismoecs@yahoo.es](mailto:periodismoecs@yahoo.es);  
[mariela.torrealba@ucv.ve](mailto:mariela.torrealba@ucv.ve)

Teléfonos: +58 412-5634728; +58 212-6050304



## Estructura y funcionamiento del sistema mediático de Venezuela en datos

*Structure and function of the media system of Venezuela on data*

**Recibido:** 26/ 11/ 2009

**Aceptado:** 15/ 12/ 2009

©De conformidad por su autora para su publicación. Esta cesión patrimonial comprenderá el derecho para el Anuario ININCO de comunicar públicamente la obra, divulgarla, publicarla, y reproducirla en soportes analógicos o digitales en la oportunidad que así lo estime conveniente, así como, la de salvaguardar los intereses y derechos morales que le corresponden como autora de la obra antes señalada. Prohibida su reproducción total o parcial sin la autorización de la autora. Ley de Derecho de Autor. Gaceta oficial N° 4638 Extraordinario. 1 Octubre de 1993. Las imágenes utilizadas son estrictamente para uso académico

## RESUMEN

MARIELA TORREALBA

### *Estructura y funcionamiento del sistema mediático de Venezuela en datos*

La Memoria Descriptiva que se presenta resume los logros y avances del proyecto CDCH PI 07.000.6731.2007, gracias al cual se desarrolló una compleja y amplia Base de Datos (BD) que posibilita la sistematización y organización de información que permitirá abordar un análisis sustentado de los cambios que han configurado y continúan configurando el sistema mediático venezolano. En el documento se detallan algunas de las conclusiones más generales que se desprenden de los más significativos datos disponibles sobre el sistema mediático del país.

**Descriptor:** Datos / Información / Sistema mediático / Venezuela

---

## ABSTRACT

MARIELA TORREALBA

### *Structure and function of the media system of Venezuela in data*

The specification presented summarizes the achievements and progress of the project CDCH PI 07.000.6731.2007, which developed thanks to a complex and comprehensive database (DB) that enables the systematization and organization of information that will address a sustained analysis of the changes that have shaped and continue to shape the Venezuelan media system. The paper details some of the more general conclusions to be drawn from the most significant data on the country's media system.

**Keys Words:** Data / Information / media system / Venezuela

---

## RÉSUMÉ

MARIELA TORREALBA

### *Structure et la fonction du système médiatique du Venezuela dans les données*

Le cahier des charges présenté résume les réalisations et les progrès du projet CDCH PI 07.000.6731.2007, qui s'est développé grâce à une base de données complexe et complet (DB) qui permet à la systématisation et à l'organisation de l'information qui portera sur une analyse soutenue des changements qui ont façonné et continuent de façonner le système vénézuélien des médias. Les détails de papier quelques-unes des conclusions plus générales à tirer à partir des données les plus importantes sur le système médiatique du pays.

**Mots clés:** Données / Information / Système multimédia / Venezuela

---

## RESUMO

MARIELA TORREALBA

### *Estrutura e função do sistema de mídia da Venezuela em dados*

A especificação apresentada resume as conquistas e avanços do projeto CDCH PI 07.000.6731.2007, que se desenvolveu graças a um banco de dados abrangente e complexo (DB), que permite a sistematização e organização da informação que irá abordar uma análise sustentada da mudanças que moldaram e continuam a moldar o sistema de mídia venezuelana. O documento detalha algumas das conclusões mais gerais a retirar os dados mais significativos sobre o sistema nacional de mídia.

**Palavras-chave:** Dados / Informação / Sistema de mídia / Venezuela

---

## DEL PROCEDIMIENTO Y LOS CRITERIOS SEGUIDOS

Contar con información actualizada y completa sobre los medios de comunicación que existen en Venezuela, que no se limite a enumerar direcciones y teléfonos, sino que permita tanto al estudioso como al ciudadano común establecer conclusiones sobre, por ejemplo, la inclinación editorial de una televisora, es lo que se propuso este proyecto de investigación. La dinámica en la que están envueltos los medios de comunicación, por las funciones que socialmente se les han atribuido así como porque en el caso de la radio y la televisión hacen uso del espectro



radioeléctrico, bien de dominio público administrado por el Estado, muchas veces determina la existencia de cambios en cuestiones técnicas que no son debidamente registrados y sistematizados para que puedan estar al alcance de los usuarios. Sin embargo, es casi un lugar común afirmar que en el país no se dispone de información suficiente y organizada sobre los medios de comunicación. Se cuenta con disímiles listados, de organizaciones igualmente disímiles, puestos a disposición de la sociedad; por esta razón vale la pena detenerse a preguntarse *qué tan confiables son esos registros y qué mecanismos se utilizaron para recabar esos datos*. Además, de si verdaderamente responden a las necesidades de quienes hacen uso de sus servicios.

Como fuente oficial, la Comisión Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL), todavía en el 2007<sup>1</sup>, presentaba para ser descargados en su página web datos técnicos y de identificación de la *persona natural o jurídica* a quien le había sido asignada la *concesión* de los medios radioeléctricos. Asimismo, organizaciones gremiales relacionadas a los medios de comunicación también presentan datos de sus afiliados, fundamentalmente orientados a proporcionar datos de contacto de los mismos<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> Actualmente en la página se presentan diversas alternativas de consulta, pero en algunas de ellas se solicita identificación y contraseña del usuario. Otro tipo de consultas requiere del dominio de elementos técnicos para poder realizar la búsqueda. En el año 2007, se descargaban tablas en Excel que reunían data técnica y de identificación de quienes hacían uso del espectro radio eléctrico. Hoy, de fácil acceso, sólo se cuenta con información de emisoras comunitarias.

<sup>2</sup> El Bloque de Prensa Venezolano, como entidad de carácter asociativo conformada por los propietarios de los dueños de medios impresos venezolanos, se limita a ofrecer en su página web una lista en la que señala el nombre de los 34 medios impresos –entre periódicos y revistas- que pertenecen a esa organización, así como el del director de turno. Sin que en el sitio electrónico sea posible encontrar información de localización de esos medios. La Cámara Venezolana de la Industria de la Radiodifusión, a la que pertenecen 422 emisoras, ofrece un registro un poco más específico, pues permite ubicar a sus miembros de acuerdo a su ubicación geográfica, ofrece datos de contacto (dirección, teléfono y correo electrónico), identifica al director del medio y permite hacer enlace a las páginas web de sus afiliados -en caso de que las posean-. Uno de los registros más antiguos es el *Directorio Mavares* (que ya cumple 40 años y va por la edición N° 94), que ofrece direcciones y teléfonos con una clasificación por tipo de medios, con una actualización trimestral. Otros listados disponibles se encuentran en la web, entre ellos en [www.guia.com.ve](http://www.guia.com.ve); aunque aquí se listan 28 medios y se permite enlazarlos con su página web oficial no ofrece clasificación según el tipo de medio, ni queda claro bajo qué criterio se construyó este listado. Los listados en la web son bastantes numerosos, pero en muchos casos no están actualizados y generalmente permiten enlace a la versión web de los mismos. En el caso de los medios comunitarios, la Asociación Nacional de Medios Comunitarios, Libres y Alternativos (ANMCLA) ofrece en su página web un listado que corresponde a datos del año 2005, porque la página no está actualizada, según informaron en junio de 2010.

En el ámbito académico han sido diversas las iniciativas para construir una base de datos sobre los medios venezolanos. RECOM ha sido la de mayor alcance. Desarrollada por la Prof. Mabel Calderín del CIC-UCAB, quien en una primera etapa nos brindó apoyo en el diseño del instrumento; hoy RECOM se encuentra en proceso de migración a software libre. En julio de 2010 la Prof. Calderín y la responsable del proyecto acordaron que a partir de septiembre de 2010 intentarán formalizar institucionalmente el intercambio que a título personal han mantenido ambas investigadoras, puesto que ambas Base de Datos (en adelante, BD) se complementan, aún cuando RECOM hace énfasis en los aspectos de cultura y comunicación de los medios y la BD de la que da cuenta esta Memoria Descriptiva hace hincapié en los *aspectos periodísticos de los medios*.

La información sobre los medios en el país es, como se explicó, insuficiente y falta de sistematización y organicidad. Es además innegable que información suficiente, actualizada y adecuada es punto de partida y apoyo para el desarrollo de conocimiento sobre los mismos medios de comunicación y su papel en la sociedad venezolana. Por definición, los medios de comunicación se multiplican a la luz de los desarrollos tecnológicos y además no son instituciones estáticas, lo que plantea desafíos particulares a una base de datos que debe crecer y estar actualizada para que tenga sentido. El procedimiento que permitió el diseño y alimentación de la base de datos fue orientado por la bibliografía existente en el área<sup>3</sup> y por la revisión de otras bases de datos<sup>4</sup> públicas que existen internacionalmente y que pueden ser halladas en la web.

Organizamos el instrumento en función de **8 áreas para la recuperación de información**:

1. **Identificación:** en esta área se incluyeron 6 campos para el registro de información, que comprenden: tipo de material, nombre, fecha de fundación, fecha de cierre, N° de identificación (N° de Depósito Legal para los impresos y N° de Habilitación para los audiovisuales) y fecha de la actualización.

2. **Localización:** incorpora 13 campos relativos a direcciones físicas y electrónicas, teléfonos, celulares y correspondencias.

3. **Orientación y Contenido:** hace referencia a 6 campos vinculados con la existencia o no de servicios y/o agencias informativas utilizadas por el medio, existencia y criterios de la editorialización y la participación ciudadana, lema, secciones y/o productos informativos.

4. **Naturaleza y Desarrollo:** en esta sección se instruyó a los estudiantes para la realización de una reseña histórica de la vida del medio.

5. **Estructura y Operación:** se registran en 11 campos elementos que dan cuenta de la vida administrativa del medio (responsable, directorio, organigrama, personal, publicidad).

6. **Fuentes:** en esta sección se buscaba recuperar datos de las fuentes vivas o documentales utilizadas por los cursantes durante el proceso de recopilación de la información.

7. **Objetos Asociados:** en esta área se incluyen otros datos recuperados en el proceso de recopilación de información (audios o videos de las entrevistas realizadas, documentación escaneada: tarifas publicitarias, organigramas, etc.).

<sup>3</sup> Álvarez (2005), Urabayen (1988, 1994); Kayser (1982), Pineda (2006), Aguirre (1981)

<sup>4</sup> En la red se cuenta con diversos buscadores de medios como <http://www.buscopio.net/esp/index.php?cat=39>; o como <http://www.mediatico.com/>. También a través de la web se accede a repertorios de información como los que propone Universia o la Unesco <http://www.universia.com.ar/contenidos/buscadores> o <http://www.uis.unesco.org>.

8. **El área descriptiva**, por su propia naturaleza, implicó el diseño de instrumentos específicos para los medios impresos, radiales y televisivos, cuyos campos recogen las características de cada medio, haciéndose en el impreso énfasis en las *morfológicas* (tamaño, paginación, uso de color, etc.), en el radial y en el audiovisual en *capacidad técnica* (existencia de planta transmisora, capacidad de transmisión en diferido y en vivo, etc.) En los tres casos fueron considerados como campos comunes el tipo de público al que están dirigidos y su temática. Los impresos cuentan con 12 campos, los medios radiales con 14 campos y la televisión con 11 campos.

Los medios en la web evidencian un crecimiento exponencial, amén de que cuentan con características complejas, dinámicas y cambiantes. Ante esta situación nos limitamos al abordaje descriptivo de la versión web de medios tradicionales que hacen énfasis en lo periodístico (impreso, radio y televisión). El abordaje descriptivo comprendió más de 40 campos de recuperación de información (uso de fotos, videos, descargas, RSS, chats, foros, enlaces, registro, avances, etc.).

El proceso de recuperación de la información fue realizado por los cursantes de la asignatura *Teoría de la Información Periodística*. A estos alumnos se les entregaba y explicaba el instrumento, una carta de presentación y un instructivo. En el aula, a lo largo de la unidad de aprendizaje correspondiente, se les orientaba para la realización del proceso de búsqueda y registro de la información a partir de la observación del medio mismo y se les guiaba para el proceso de entrevistas que acompañaba el trabajo.

El proceso de diseño y alimentación de la BD se realizó a lo largo de los 3 últimos años y puede ser esquematizado de la siguiente manera:

- El instrumento de investigación fue diseñado en el año 2007 y fue revisado en el año 2008 y en 2009.
- El proceso de recuperación de información se realizó durante el segundo semestre de los años 2007, 2008 y 2009. Los instrumentos eran completados en forma manual por los cursantes de la asignatura *Teoría de la Información Periodística*.
- El proceso de validación y transcripción se realizó durante el 2008-1, 2009-1 y 2010-1. La información que los estudiantes entregaban en papel era transcrita y validada por un auxiliar de investigación o un preparador, y eran supervisados por la responsable del proyecto. La digitalización de la información se hizo en una hoja de cálculo (Excel), toda vez que desde este programa se pueden migrar datos a la mayor parte de bases de datos existentes.
- El proceso de elaboración de informes fue realizado por la responsable del proyecto durante los meses de junio-julio 2010, contando con el apoyo de algunos profesores del Departamento de Periodismo de la Escuela de Comunicación Social.
- El proceso de operacionalización de la BD se inició con los contactos realizados entre la Biblioteca Gustavo Leal (en adelante, BGL) de la Escuela de Comunicación Social y el SICHT, quien manifestó su interés en incorporar la BD en su portal. Los criterios para el diseño de la hoja de entrada y la información digitalizada ya fueron consignados ante *Alejandro* y el SICHT. La data manual y digitalizada (en Excel) ya se encuentra disponible en la BGL.

Antes de finalizar este aparte conviene hacer algunas precisiones muy significativas:

- Contamos con registros manuales de 55 impresos, 28 televisoras, 3 televisoras comunitarias, 48 emisoras de radio, 14 emisoras comunitarias y 55 web. Una vez realizado el proceso de depuración (insuficiencia, repetición, validación) tenemos en la BD registros digitalizados de **41 impresos, 16 televisoras, 32 radios, 9 emisoras de radio comunitarias, 2 televisoras comunitarias y 49 páginas web**. Esto significa que en algunos casos tenemos información sobre un mismo medio en más de una oportunidad, lo que permitiría realizar investigaciones de carácter diacrónico y no sólo investigaciones sincrónicas que son las que típicamente posibilitan las BD y que es la estrategia a la que recurrimos en esta Memoria.

- Contamos con **más de 6.000 registros**, lo que se constituye en un inusual acervo de investigación en el área (2.058 registros sobre páginas web, 84 registros de televisoras comunitarias, 450 registros de radioemisoras comunitarias, 1.650 registros de información sobre el medio radial, 672 registros de información de televisoras y con 2.352 registros de información de medios impresos). Si multiplicamos el número de medios por el número de campos (registros), la BD tendría más de 7.000 registros. Preferimos ser cautos e indicar que contamos con más de 6.000 registros. En algunos escasos campos la información no era proporcionada por la fuente y como en toda BD la exhaustividad absoluta es más una aspiración que una posibilidad real.

- La BD en digital (Excel) y en formato manual está disponible (desde julio 2010) en la BGL de la Escuela de Comunicación Social de la UCV. Aspiramos que prontamente sea visible a través de Internet por el portal de la UCV. Todo este volumen de información será registrado en las hojas de entrada de las que dispondrá la UCV. Sin embargo, en las hojas de salida por Internet (búsqueda) se restringirán algunos campos<sup>5</sup>

### **DE LA SITUACIÓN MEDIÁTICA (PRENSA, RADIO Y TELEVISIÓN)**

En 1998 el sistema de medios en Venezuela estaba integrado por 124 diarios y 375 emisoras de radio AM y FM. En 1999 se contaban 14 canales en señal VHF (4 de televisión de cobertura nacional, 3 regionales y 7 estatales) y 20 canales UHF (3 regionales 17 estatales), además, para ese momento, operaban en el país 16 servicios de televisión por suscripción (GUZMÁN, 2001). Pese a la casi constante crisis económica del país, el sector mediático privado cuenta con una importante inversión publicitaria que totaliza entre 1991 y 1998 la cantidad de 6.146.631.545 US\$. Guzmán presenta los siguientes porcentajes de crecimiento de la inversión publicitaria en Venezuela en US\$. 1991: 31,6%; 1992: 31,01%; 1993: 4,96%; 1994: -11,60%. 1995: 56,05%; 1996: -14,77%; y 1998: 60,66% (GUZMÁN 2001, 244). Durante los últimos años del siglo XX, los medios han incrementado su alcance y cobertura introduciendo constantes mejoras tecnológicas.

La base de datos ha sistematizado información de 41 medios impresos, de 32 emisoras de radio y de 16 televisoras, proporcionándonos información exhaustiva sobre una importante porción del sistema mediático ubicado en la zona metropolitana, toda vez que la información es recopilada por estudiantes de la Escuela de Comunicación Social de la UCV.

<sup>5</sup> Toda vez que la información con la que se cuenta que fue proporcionada para usos exclusivamente académicos por parte de las fuentes consultadas, algunos pocos campos sólo serán visibles en la sede de la Biblioteca Gustavo Leal de la Escuela de Comunicación Social de la UCV y no serán visibles a través de Internet en el portal del SICHT-UCV (organigrama, personal, política en relación con la publicidad). Igualmente, en el portal del SICHT-UCV no será visible información que cambia con mucha velocidad (secciones informativas, reporteros responsables) debido a que el proceso de actualización de la Base de Datos es anual y su renovación al momento supondría contar con una empresa y personal dedicado exclusivamente a este punto.



Al analizar los registros de la BD podemos señalar que **contamos con datos de 16 impresos de circulación nacional, 9 locales y 16 de circulación regional**. Debe destacarse que 11 de estos medios no especifican en sus ejemplares el número de Depósito Legal, lo cual nos hace dudar si los mismos están siendo preservados en la Hemeroteca Nacional.

De los **medios impresos** estudiados, 16 no tienen corresponsalías mientras que 25 sí. 28 de ellos son tabloides y 17 cuentan con encartes propios. Sólo dos no cuentan con servicios y/o agencias informativas. 13 de los impresos incluidos en la BD editorializan, 12 no lo hacen y 16 lo hacen ocasionalmente. Únicamente 6 no cuentan con una sección específica para dar cabida a la opinión ciudadana. La BD incorpora un diario: *La Religión*, que dejó de circular en el año 2005 e igualmente incorpora la mutación de el diario *El Mundo* que de vespertino estándar ocupado de temas general y dedicado a un público popular cambió a *El Mundo Economía y Negocios*, diario matutino tabloide dedicado a información y públicos más específicos.

En cuanto a las **emisoras de radio**, se incluye el registro de 32 emisoras, 10 de ellas cuentan con corresponsalías, sólo una transmite 18 horas, mientras que el resto lo hace 24 horas. Debe destacarse que los estudiantes confrontaron muchas dificultades para la ubicación de los datos formales (números de concesión, fechas, latitud y longitud de ubicación de la señal) de las emisoras, y la dependencia oficial encargada de proporcionar tal información (CONATEL) retiró de su página en el año 2007-2008 los listados públicos que se encontraban disponibles al inicio de este proyecto en el año 2007. Adicionalmente, se cuentan en los registros 3 emisoras que ya no se encuentran en el aire (Máxima 98.5, Metropolitana, 97.1 y CNB).

En el apartado de **televisión** se cuenta con registros de 16 televisoras, de las cuales 7 transmiten por señal VHF, 7 por UHF y 2 (Globovisión y Telesur) cuentan con ambas señales. 9 de ellas son de cobertura nacional. No editorializan 10 de ellas, 5 lo hacen ocasionalmente y sólo 1 lo hace con regularidad. Todas tienen servicios informativos y 10 dan cabida a la opiniones ciudadanas. Las 16 televisoras poseen planta transmisora y 15 tienen capacidad para transmitir en vivo y en diferido, sólo una se limita a la transmisión diferida. En este apartado se incorporan los registros de *RCTV* y *RCTV Internacional*, televisoras que ya no se encuentran en el aire.

### UN NUEVO PROTAGONISTA: EL ESTADO COMUNICADOR<sup>6</sup>

Este análisis toma como punto de partida 1998, año inmediatamente anterior al inicio del proyecto político nacional en el cual se aprueba una nueva Constitución y se inicia el proceso definitivo de desplazamiento de las elites políticas que habían dirigido el país desde 1958. Existe un relativo consenso académico y ciudadano sobre como 1998 es el último del llamado **Modelo 1958**. El sistema político daba profundas e inequívocas señales de agotamiento, al punto que los grandes partidos de masas ocupaban el último lugar en credibilidad en distintos estudios de opinión (VILLARROEL, 2001; CARRASQUERO, 2003). En las elecciones presidenciales de 1998, Acción Democrática (AD) y Copei obtenían apenas 11.2% de las preferencias electorales, mientras que diez años antes prácticamente las copaban al obtener el 92.8% de los votos en 1988 (CNE, cálculos propios).

<sup>6</sup> Este aparte ha sido redactado con el apoyo de la Prof. Rosa Elena Pellegrino.

En aquel momento, la crisis económica había erosionado en particular la capacidad mediática del gobierno, que contaba con escasos medios en precarias condiciones. La Comisión para la Reforma del Estado (COPRE), con el apoyo del Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) y la Organizaciones de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), desde 1995 analiza el sector y en el estudio *Hacia un sistema de difusión de servicio público* señala:

En general la aportación del Estado venezolano en sus propios medios de difusión es baja: no llega al 0,05%, incluyendo los presupuesto asignados por el Estado a VTV y a Radio Nacional (1998: 32). Además se señala en la propuesta que los medios estatales (en particular la TV)...han perdido terreno en audiencia, calidad e infraestructura técnica de transmisión y producción. (1998: 33)

Al cierre de 1998, el gobierno venezolano contaba con una frecuencia VHF para televisión (VTV-Canal 8)<sup>7</sup>, cuya capacidad técnica se encontraba profundamente limitada. En una cuestionada medida de entonces el Canal 5 fue entregado al Arzobispado de Caracas en los primeros días de diciembre de 1998.

En el ámbito radial, la situación de precariedad era también evidente. La **Radio Nacional de Venezuela** (en adelante, RNV) en 1998 sólo contaba con cuatro señales (2 en AM: *Antena Informativa* y *Antena Popular*; 1 en FM: *Canal Clásico*, y 1 en *Onda Corta*). Todavía en el año 2003, sus empleados en encuesta y entrevistas señalaban como una de las debilidades y amenazas para la operación del circuito la falta de recursos económicos y el rezago tecnológico en el que se encontraban (MOLINA, 2004: 57). Mientras tanto, el Estado venezolano a través del Fondo de Garantía de Depósitos y Protección Bancaria (FOGADE) había desarrollado un proceso de privatización de las emisoras radiales heredadas como consecuencia de la crisis bancaria de 1994. Al cierre de 1998, todavía permanecían en manos del fondo 8 emisoras de las 41 que fueron dadas a la institución en garantía por los préstamos al Banco Latino. VENPRES, la agencia de noticias del Estado Venezolano que llegó a contar con corresponsales en diversos países del mundo durante el segundo mandato de Carlos Andrés Pérez (1989-1993), se encontraba en una precaria situación, según afirmó quien fuera su director a partir del año 2002 hasta 2004, licenciado Orlando Utrera<sup>8</sup>.

Pese a la minusvalía comunicacional en la cual estaba el gobierno venezolano de entonces, la relación entre gobierno y medios podía ser calificada como de “*cordial entente*”, aun cuando estos últimos actuaban como canalizadores de las denuncias, incluyendo aquellas que contribuían a erosionar la credibilidad de los partidos, el gobierno y el sistema político todo. Tenemos entonces que en 1998 el país, su sistema político y su sistema de medios corresponden al último año de una era. Con las elecciones presidenciales celebradas en diciembre de ese año, gracias a un *voto castigo antipartido* y con la promesa de refundar la República, asciende a la presidencia Hugo Chávez Frías en 1999.

Frente a este panorama, en el proyecto de investigación *Situación Mediática y Crisis Política*, cuyo propósito fundamental es sistematizar la data sobre el sistema de medios en el país, encontramos un importante crecimiento y fortalecimiento de los medios

<sup>7</sup> Desde 1990 el Estado contaba con 2 señales: VTV (canal 8) y la Televisora Nacional (Canal 5) que transmitían la señal fusionada. El 4 de diciembre de 1998 Rafael Caldera cedió la señal del Canal 5 a una Fundación sin fines de lucro que desde entonces es responsable de **Vale TV**.

<sup>8</sup> Entrevista Personal, septiembre 2008.

en manos del Estado tras la llegada del presidente Chávez al poder. En 12 años de gestión gubernamental, el Ejecutivo Nacional ha tenido como uno de sus objetivos el crecimiento y fortalecimiento de la plataforma comunicacional, en el contexto de lo que se ha dado a conocer como “**Sistema Nacional de Medios Públicos**”.

Si bien el Gobierno Nacional se había planteado el fortalecimiento de los medios del Estado, no es sino hasta la segunda gestión de Andrés Izarra en el Ministerio del Poder Popular para la Comunicación e Información (2008-2009) cuando se habló formalmente de la creación de un “Sistema Nacional de Medios Públicos”. De acuerdo con William Castillo, ex viceministro de Gestión Comunicacional, este esquema se venía manejando desde 2005, cuando Izarra ejerció por primera vez el ministerio, pero se retomó en 2008 (REINOSO, 2008a).

En su segunda gestión, Izarra tomó su experiencia como presidente de Telesur y se propuso adelantar una serie de cambios a nivel de contenidos periodísticos, estructura organizacional y capacidad tecnológica. Por ello, explica que el sistema

Busca que los distintos medios de los que dispone el Estado contengan un perfil específico, se complementen en sus capacidades de producción, atiendan audiencias específicas en horarios específicos, y buscar de esa manera una utilización más eficiente de los recursos, un aprovechamiento más eficiente de las capacidades y una direccionalidad de los contenidos que sea más precisa en cuanto al logro de sus objetivos. (MORENO, 2008).

La creación del sistema se proponía, entonces, la definición de un perfil específico para cada medio de comunicación del Estado, así como la adecuación de las figuras jurídicas de estas empresas, con el fin de darles mayor autonomía en la toma de decisiones. La directora de RNV, Helena Salcedo, explicó que este esquema daba a cada medio “definición, formato, y no permite el entrecruzamiento de información sino que busca cooperación y coordinación muy equilibrada, es una manera innovadora de delegar funciones y definir las acciones de cada uno de nuestros medios.” (REINOSO, 2008b).



La ejecución de tales planes evidencia el crecimiento del número de medios del Estado en comparación con 1998. Así, el proyecto de investigación registra que de una señal de TV se ha pasado a contar con 6 señales, una de ellas internacional: además de VTV, están al aire Tves, ANTV<sup>9</sup>, Vive TV, Ávila TV y Telesur (ésta última de carácter pluriestatal). En el medio radial, RNV sigue contando con un canal informativo, dos musicales (Clásico y Musical), uno juvenil (Activa), una onda corta internacional y un canal denominado “RNV Región Central”. A excepción de ésta última, se manejan como “emisoras matrices” en Caracas, pues su señal se replica a través de otras señales en el país<sup>10</sup>. Este plan de expansión se efectuó

<sup>9</sup> ANTV no cuenta como medio integrante del Sistema Nacional de Medios Públicos, pues pertenece al Poder Legislativo. No obstante, evidencia el crecimiento de la plataforma comunicacional del Estado.

<sup>10</sup> Al momento de redactar este informe, no se disponía de la lista actualizada de las emisoras que cumplían la función de “repetir” la señal de las emisoras de RNV, según información de [www.rnv.gob.ve](http://www.rnv.gob.ve). Sin embargo, en la Base de Datos se observará una lista de las emisoras que se encuentran en el Canal Informativo.

paralelamente a la restructuración de la emisora, establecida por el **Decreto presidencial número 3.597**, publicado en la Gaceta Oficial número 38.164, del 12 de abril de 2005. Para esta tarea, se creó una comisión integrada por el Ministro de Comunicación e Información, el Viceministro de Gestión Comunicacional, la Consultora Jurídica del Ministerio de Comunicación e Información y quien ejerza la Dirección de la emisora.

A ellos se sumó el **circuito YVKE** que cuenta con cuatro emisoras (Caracas, Zulia, Mérida y Margarita), cuyo proceso de privatización fue detenido en 1999; y también se han integrado a la **Radio del Sur**, red de emisoras en las que participan Venezuela, Argentina, Chile, Paraguay, Uruguay, Perú, Bolivia, Brasil y otros países de Centroamérica y Las Antillas. Por Venezuela participan en la red Radio del Sur RNV y YVKE, además Pequiven 88.7, Radio Tiuna, Radio Educativa, Voz de Guayana, Latina 94.9, Antena Sur 107.9, Carbozulia 89.3, el Circuito Radial de PDVSA y algunas otras emisoras comunitarias. Si bien el crecimiento de las emisoras comunitarias (paraestatales<sup>11</sup>, las llama Bisbal) ha sido muy significativo las incluimos en un apartado diferente al de medios cuya propiedad es claramente estatal.

Si bien no es objetivo de investigación en este proyecto, es importante hacer referencia a la **Agencia Venezolana de Noticias**<sup>12</sup> (en adelante, AVN), producto de la reestructuración de VENPRES, ordenada por el **decreto presidencial N° 3.149**, publicado en Gaceta Oficial N° 38.034 del 30 de septiembre en 2004, y culminada en 2009. Esta agencia pasó, en cinco años, de ser un Servicio Autónomo a una Compañía Anónima. Igual situación se presentó con la **Imprenta Nacional**, cuya reestructuración se ejecutó según **Decreto Presidencial N° 3.574**, publicado en Gaceta Oficial N° 38.162, del 08 de abril de 2005.

Este crecimiento es consistente con las propuestas del Proyecto Nacional Simón Bolívar, 2007-2013. En este se afirma que se tiene como propósitos:

Fortalecer los medios de comunicación e información del Estado y democratizar sus espacios comunicacionales.

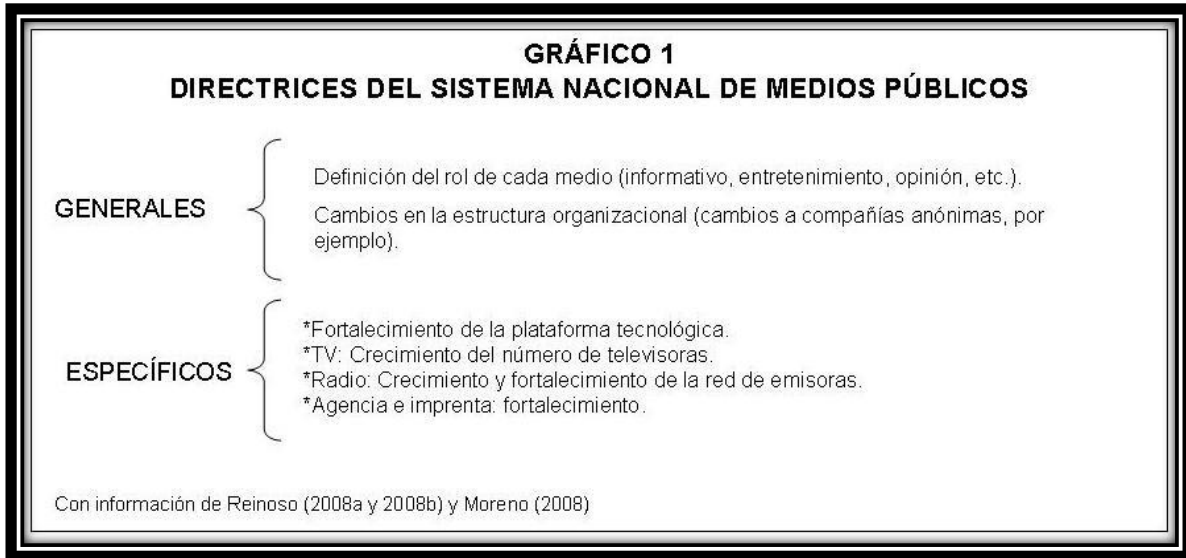
...Consolidar el sistema de comunicación nacional como instrumentos para el fortalecimiento de la democracia protagónica revolucionaria y la formación (PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA, 2007: 16)

Con este proyecto de investigación pretendemos presentar un “retrato” (parcial) de la situación mediática del país, la cual a lo largo de la década estudiada ha sido polémica y conflictiva, en particular en la relación medios-gobierno y en el papel jugado por los medios en manos del Estado. En la BD incorporamos los datos de los **6 medios televisivos en manos del Estado (VTV, Ávila, Vive, ANTV, Telesur y TVES)** y de **3 medios radiales (RNV, YVKE y Radio Tiuna)**.

Estos registros, juntos a las referencias expuestas en partes anteriores de este informe, nos permiten definir directrices particulares y generales aplicadas en la gestión de estos medios, destinadas al fortalecimiento de la plataforma comunicacional del Estado y bajo la tutela del MINCI (**Ver Gráfico 1**).

<sup>11</sup> En un entrevista concedida a el diario Correo del Caroní el 31 de enero de 2010.

<sup>12</sup> AVN, desde 2005 hasta 2010, se llamó **Agencia Bolivariana de Noticias (ABN)**. El cambio de este último nombre se efectuó con el fin de usarlo más adelante en otro proyecto.



Estas acciones no pueden verse aisladas del rol de Estado en el escenario mediático venezolano. De su acción comunicacional en esta década podemos señalar muchos elementos, como su relación con el sector privado y el fortalecimiento de los medios alternativos (**Ver Gráfico 2**).

Muchos elementos quedan por fuera en esta primera fotografía parcial: el papel del presidente Chávez como comunicador, el uso de la comunicación como arma política por parte del gobierno, la expansión de los sitios web gubernamentales. Pero consideramos que la sistematización de datos sobre los medios en manos del Gobierno se constituye en un importante avance, que nos permite acercarnos a la comprensión de la situación mediática del país. Otro importante elemento de cambio en el país ha sido la elaboración de todo un nuevo cuadro normativo. En su condición de primera aproximación, este informe da algunas referencias para entender el rol que han jugado estos medios a lo largo de 12 años y para estudiar la sostenibilidad de las políticas aplicadas en el sector. Finalmente, los datos registrados exigen hacer el seguimiento de las acciones futuras del Ejecutivo nacional en materia comunicacional.



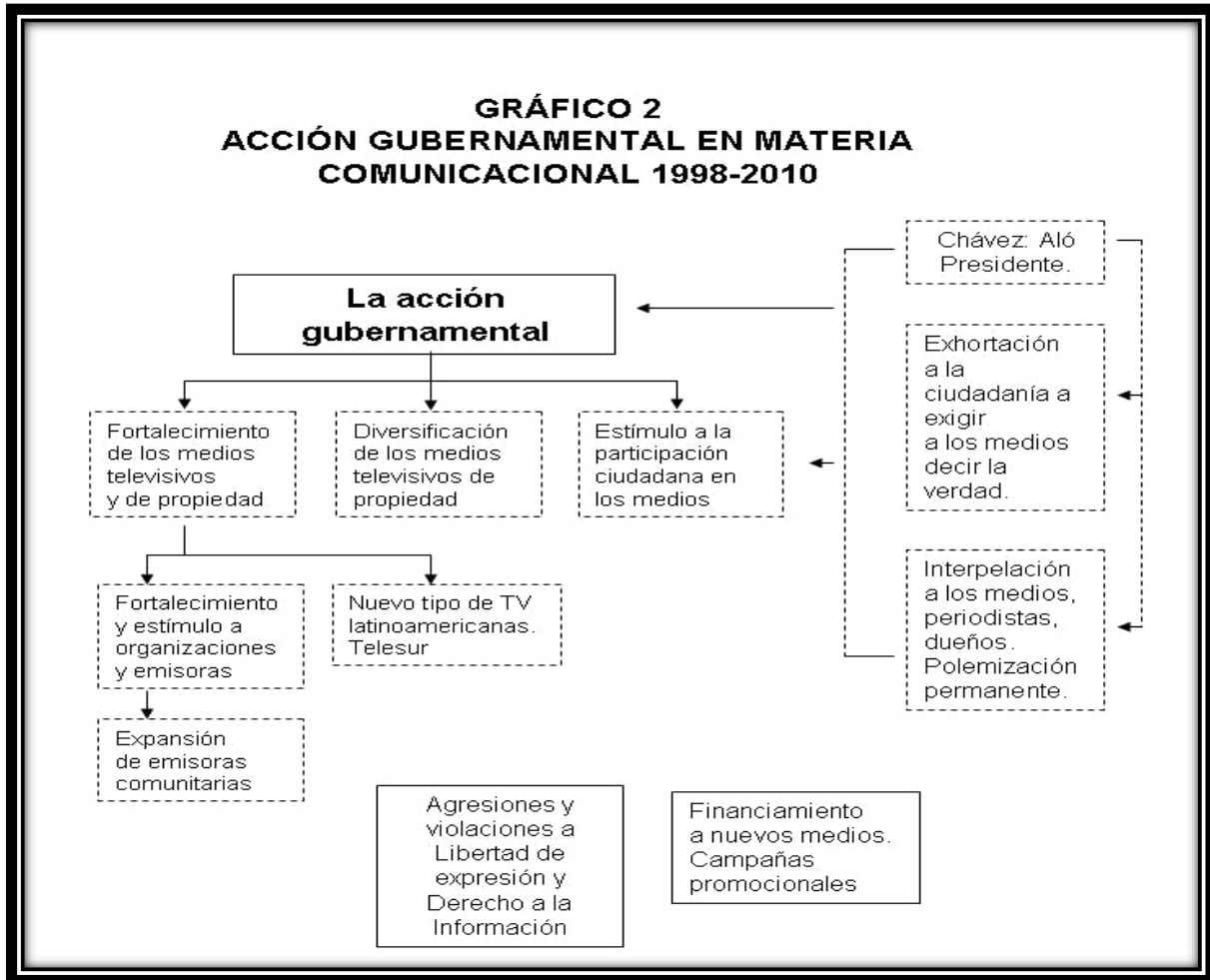
### NUEVOS ACTORES: EMISORAS COMUNITARIAS<sup>13</sup>

Al cierre del siglo pasado las radios comunitarias constituían una experiencia excepcional en Venezuela, aunque *Radio Catia Libre 93.5 FM* opera ya desde 1996 y desde el año 1998 funcionan *Radio Alternativa*, *Radio Perola* y *Radio Activa La Vega*. Desde la década de los 80 el núcleo de la Universidad Simón Rodríguez y la Biblioteca Aquiles Nazona en Caricuao realizaban iniciativas encaminadas a constituir una Televisora Comunitaria<sup>14</sup>.

<sup>13</sup> Este aparte ha sido redactado con el apoyo de la Prof. Adriana Gregson

<sup>14</sup> En 1983 la responsable del proyecto participaba en tal iniciativa en conjunto con América Millán, entonces directora de la Biblioteca Aquiles Nazona.

Registrar con precisión las transformaciones del fenómeno en la primera década del siglo XXI, constituye en una tarea urgente y difícil dada la desorganización y ausencia de información pública disponible. Antes de describir los resultados recopilados en la base de datos, revisaremos tres documentos que nos permitirán delinear un estado del arte en la materia, al menos en Distrito Capital: registro de las emisoras habilitadas por CONATEL, listado de medios comunitarios del Ministerio del Poder Popular para la Información y Comunicación (en adelante, MINCI) y, por último, página web de la Asociación Nacional de Medios Comunitarios, Libres y Alternativos (en adelante, ANMCLA).



Actualmente, en Distrito Capital se encuentran habilitadas por CONATEL 11 emisoras radiales<sup>15</sup>: *Voces Libertarias, Senderos de Antimano, Radio Rebelde, Ali Primera, Macarao, Negro Primero, Perola, Un Nuevo Día, San Bernardino, Tiuna y Junquiteña*. CONATEL incluye en su registro los siguientes datos de identificación: fundación que le es concedida la habilitación, señal, atributo (tipo), frecuencia/canal y ubicación geográfica (Estado, Municipio y Parroquia).

<sup>15</sup> En [http://www.conatel.gob.ve/download/solicitudes/habilitaciones/Medios\\_Comunitarios\\_Habilitados.pdf](http://www.conatel.gob.ve/download/solicitudes/habilitaciones/Medios_Comunitarios_Habilitados.pdf) se identifican 13 medios comunitarios incluyendo los referidos y dos televisoras Catia TV y TV Caricuao, experiencia que se remonta a la década de los 80 como un circuito cerrado que impulsaban diversos movimientos (Consulta actualizada en junio 2010)

Por otro lado, en listados del MINCI<sup>16</sup> tenemos registradas en la capital 11 emisoras radiales, 9 de ellas habilitadas: *Rebelde*, *Perola*, *Un Nuevo Día*, *Macarao*, *Tiuna*, *Junquiteña*, *Negro Primero* y *Ali Primera*. *La Voz de Santa Rosalía 90.7 FM* y *Al Son del 23* completan la lista. Como categorías, los listados incluyen los datos de ubicación e identificación de la emisora, el nombre de un representante, números de teléfonos y de celulares y correos electrónicos.

La Asociación Nacional de Medios Comunitarios, Libres y Alternativos (ANMCLA) incluye en su página a 18 medios capitalinos, que presenta con los siguientes datos: ubicación (Estado), datos de la Fundación Comunitaria, identificación de la señal y N° de dial de cada emisora. Encontramos dos medios web ([www.antiescualidos.com](http://www.antiescualidos.com) y [www.medioscomunitarios.org](http://www.medioscomunitarios.org)), 1 diario (Periódico *Proceso*) y tres Cooperativas de producción (Panared, PanaFilm y Calle y Media). Incluyen además *Ávila TV* y *Sur TV*<sup>17</sup>. Como miembros de ANMCLA se identifican 10 emisoras de radio, siete habilitadas: *Senderos*, *Perola*, *Junquiteña*, *Negro Primero*, *Macarao*, *Ali Primera* y *San Bernardino*. Además se incluyen *Radio Combativa* y *Libertaria*, *Voces de Libertad* y *Activa*, no reconocidas por CONATEL.

Es casi un lugar común afirmar que en el país no se dispone de información suficiente y organizada sobre los medios de comunicación, lo que es particularmente cierto para los **medios comunitarios**. Encontramos, por ejemplo, que la Radio Comunitaria ubicada en San Bernardino aparece en los listados de CONATEL como concedida a la Fundación Radio Comunitaria de San Bernardino (Racomsaber) en el Dial 88.5, mientras que en ANMCLA se identifica a la Fundación como Reconsaber en el dial 95.9. Similar situación se plantea con la Emisora *Voces Libertarias* ubicada en el 97.3 y concedida por CONATEL a la Fundación Comunitaria Fabricio Ojeda, mientras que una emisora del mismo nombre opera según ANMCLA en el dial 100.3, dial en el que opera según CONATEL *Radio Macarao*. ANMCLA incluye además a una emisora de nombre similar (no habilitada en los listados de CONATEL) *Combativa* y *Libertaria*, en el dial 92.5.



De acuerdo a los registros disponibles (CONATEL, MINCI y ANMCLA) y por consulta a dos fuentes vivas<sup>18</sup> podemos señalar que **en Distrito Capital se encuentran funcionando 23 emisoras comunitarias de las cuales 11 están habilitadas**. Las emisoras comunitarias serían entonces: *Activa*, *Al Son del 23*, *Ali Primera*, *Combativa* y *Libertaria*, *Guaira Repano* en *La Pastora*, *Junquiteña*, *La Voz de Santa Rosalía*, *Libertaria en el 23 de enero*, *Macarao*, *Negro Primero*, *Perola*, *Radio Arsenal del Colectivo Alexis Vive en el 23 de enero*, *Radio Lameda en San Agustín*, *Rebelde en Antemano*, *Rebelde en Catia*, *San Bernardino*,

<sup>16</sup> En abril del 2010 tuvimos acceso gracias a un estudiante de postgrado que nos facilitó el listado que se anexa. En este listado se incluyen además datos de periódicos y de otras iniciativas comunitarias de comunicación y se constituye en una orientación importante que permite identificar medios que habrán de ser incorporados en la BD en próximos procesos de actualización. En la página web del MINCI sólo aparecen incluidos los medios radiales habilitados, información disponible en: [http://www.minci.gob.ve/directorio\\_medios\\_comunitarios/25/16231/medio--39/distrito\\_capital.html](http://www.minci.gob.ve/directorio_medios_comunitarios/25/16231/medio--39/distrito_capital.html) (consulta actualizada en junio 2010).

<sup>17</sup> Al igual que lo hace CONATEL se identifica en ANMCLA, Radio y TV Macarao como un único medio. Data disponible en <http://www.medioscomunitarios.org/pag/index.php?id=17>, (consulta actualizada en junio 2010)

<sup>18</sup> Doris Ponce, activista cultural y Nataly Mendoza, integrante de ANMCLA, entrevistas realizadas en junio 2010

*Senderos, Tiuna, Un Nuevo Día, Voces de Libertad, Voces Libertarias* y dos más en el sector El Valle.

De las 11 emisoras habilitadas en el Distrito Capital éste estudio logró información sobre siete: *Voces Libertarias, Senderos, Rebelde, Ali Primera, Macarao, Negro Primero y Perola*. Aún cuando en esta etapa de la investigación no incluimos el análisis de las emisoras del estado Miranda incorporamos dos emisoras comunitarias de esta entidad ubicadas en la Gran Caracas: *Indio Chacao* y *Colectivo Radiofónico de Petare*. Los datos que presentamos incluyen **nueve emisoras**, dos de ellas iniciaron actividades en el 2001, tres en el 2002, dos en el 2003, una en el 2004 y una en el 2006. Prácticamente todas cuenta con por lo menos un lema, a saber:

- *No somos medios, somos completos*
- *La emisora alternativa y comunitaria*
- *La voz de la patria buena, la voz de los que nunca tuvimos voz*
- *7 años dándola a la lata; Máximo respeto: la emisora libre comunitaria de Caricuao*
- *La emisora, su emisor, nuestra emisora. La emisora comunitaria de Catia*
- *CRP 91.5 FM La Radio Social de Petare*
- *Una voz al este de la capital*
- *Negándonos a dormir mientras haya un mundo que cambiar; Más comunicación efectiva*

Siete de ellas transmiten 24 horas al día, una transmite de 6:30 am a 9:00 pm y una no proporcionó la información. Debe destacarse además que la Fundación Radio y TV Macarao cuenta con una concesión que abarca Radio y TV<sup>19</sup> (Macarao), que *Negro Primero* cuenta con un Cine, un periódico y trabajaba en pos de sacar una señal televisiva y otra funciona en paralelo con un Infocentro y dicta curso de comunicación social en las comunidades aledañas (*Voces Libertarias*). Siete reconocen que su financiamiento proviene de la publicidad, uno no informó y uno indicó que su financiamiento proviene de “autogestión: contribución de la comunidad, productores, talleres remunerados“. En relación con la publicidad los entrevistados en las emisoras comunitarias señalan que:

- *Los principales clientes publicitarios del medio son PDVSA y La Estancia.*
- *El medio se rige por la **Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión** y por todas aquellas leyes que norman la actividad de los medios. No admiten publicidad de juegos de azar ni licor. A diferencia de otras radios comunitarias, la mayoría de la publicidad es local, no estatal.*
- *No aceptan promoción publicitaria ni productores independientes opositores al Gobierno Nacional.*
- *El medio se rige por lo estipulado en el Reglamento de Radios Comunitarias. Los anunciantes son comercios de la parroquia. También cuentan con espacios publicitarios para organismos del Estado, por lo cual perciben ingresos.*
- *No acepta publicidad agresiva, sólo constructiva. El precio de las tarifas varía en función del tipo de publicidad y el tiempo que se mantenga al aire.*
- *No se permite publicidad que vaya en contrario a la población.*

<sup>19</sup> Esta TV no funciona



La situación de personal es muy diversa y los entrevistados que proporcionaron información sobre el punto indicaron ante la pregunta de ¿Cuántas personas integraban la emisora?, lo siguiente:

- *10 personas: 1 director, 2 coordinadores generales, 3 operadores y 4 corresponsables (sic).*
- *5 empleados, un aproximado de 70 productores*
- *50 personas*
- *30 personas*
- *10 personas*
- *35 personas*
- *50 personas*
- *12 personas, 2 periodistas, 1 operador técnico, 2 pasantes*
- *Corresponsales comunitarios. Pasantes. Corresponsalías rotatorias*

Indicaron los entrevistados que obtienen información de la comunidad fundamentalmente, pero que también utilizan los siguientes servicios informativos: ABN, ANA (Agencia de Noticias Alternativas), TELESUR, VTV, Radio Nacional, Agencia de Noticias Alternativas de ANMCLA, Radio Nacional, Portal del Gobierno, Ministerio del Poder Popular para la Comunicación y la Información, YVKE y AFP. Todos indicaron que dan cabida a la opinión de los ciudadanos y explicaron lo siguiente con respecto al punto:

- *Todos los programas del medio permiten la participación del oyente a través de llamadas que salen al aire.*
- *Los distintos programas del medio cuenta con servicios de mensajería de texto, líneas telefónicas y correos electrónicos que le permiten expresar sus opiniones y denuncias para que sean transmitidas al aire. Cada productor tiene... está en la obligación de ofrecer 5 minutos a cada solicitante*
- *La mayoría de los programas dan cabida a la opinión del ciudadano.*
- *El medio cuenta con dos secciones para dar cabida a la opinión de los oyentes: **Programa José Martí**, todos los viernes de 11 am a 12 m, realizado a través de la participación estudiantil; Universidad Francisco de Miranda, producido desde dicha institución y con la participación de los jóvenes; Rodando Caracas, un espacio en el que se realizan entrevistas en la calle para que las personas manifiesten sus opiniones sobre un tema determinado.*
- *En la mayoría de los programas las personas llaman para dar su opinión. La comunidad es la que le da vida a los programas*
- *Todos los programas.*
- *Los oyentes participan a través llamadas y mensajes de texto*
- *Los programas de opinión son realizados por los mismos (as) usuarios (as) de la comunidad. La comunidad actúa diariamente en los programas*

La vinculación entre la participación de la comunidad y la producción de la emisora es explicada de la siguiente manera:

- *Cada programa tiene su productor, encargado de la redacción. La Junta Directiva se ofrece a servir como orientadora, mas no como coordinadora.*
- *Es producción independiente. Cada productor es responsable de su espacio.*

- *Los encargados de cada programa son los responsables de la propia redacción.*
- *Todos los productores comunitarios están en capacidad de redactar sus informaciones.*
- *El medio cuenta con diversas coordinaciones en las que se divide el trabajo creativo, técnico y operativo: General, Administrativa, Organización, Educación, Investigación, Producción, Comercialización, Imagen y publicidad, Contraloría.*

■ Cuatro reconocieron que no editorializan, mientras que cinco afirmaron que sí lo hacen:

- *El medio cuenta con una versión impresa y homónima en la que se editorializa.*
- *La editorialización es ocasional.*
- *Hay una editorial por mes. Todos los productores (en asamblea) opinan sobre un tema en sus espacios y eligen uno para el mes*
- *Se editorializa permanentemente. Hay editoriales que se crean en base a una conjetura*

■ En las reseñas, la génesis de los medios comunitarios se describe de cuatro formas:

- *La necesidad de un grupo de la comunidad de alzar su voz, expresarse, derivado de la realización de asambleas o actividades en la comunidad (Voces Libertarias, Radio Perola, Radio Petare) o a la promoción de un líder comunitario (Negro Primero).*
- *La necesidad de un grupo de la comunidad de debatir sobre los acontecimientos sociopolíticos que acaecían en el país (Ali Primera, contexto del 2002).*
- *La promoción institucional de medios de de comunicación alternativos o comunitarios (Macarao impulsado por Fundarte o Senderos de Antemano apoyado por el MINCI) y,*
- *Como consecuencia del uso de la comunicación como herramienta de resiliencia en contextos adversos (Radio Rebelde, situación de damnificados varguenses 2000).*

■ En la BD se incluyen datos de **dos televisoras comunitarias** (*Caricua*o y *Catía Libre*) los lemas de estas televisoras son los siguientes:

- *No vea televisión... ¡Hágala!*
- *TV Caricua*o Señal Comunitaria

■ El financiamiento de las mismas proviene de publicidad institucional y gubernamental, una de ellas indica que cuenta con colaboración de la misma comunidad. Esta misma emisora señala que el 70% de la programación es producida por la comunidad. Ambas televisoras cuentan con capacidad de transmisión en vivo y diferido.

■ En su condición de primera aproximación, este informe presenta una fotografía parcial de los medios comunitarios. Toda vez que una BD sólo tiene sentido en la medida en que se actualiza y crece permanentemente, consideramos indispensable, no sólo continuar el estudio de estos medios, sino realizar estudios específicos de los mismos. Tal

como consta en la *Memoria Descriptiva de la Base Documental Referencial sobre la situación mediática* el estudio y seguimiento de los mismos aún es precario.

### NUEVOS ACTORES: WEB<sup>20</sup>

En 1998 Elsa Pilato analiza 12 diarios venezolanos que ya se encontraban en la red. Sólo uno actualizaba la información, cuatro contaban con archivos que permitían la consulta retrospectiva, únicamente uno creaba una edición diferente al impreso, uno agregaba algunas secciones que no se encontraban en su homólogo tradicional y 10 eran casi idénticos a la sección impresa. Las *opciones de interactividad* prácticamente se limitaban a la relación a través del correo electrónico, dos ofrecían foros, dos ofrecían chat y uno ofrecía encuestas, pero 9 de 12 se limitaban a correo electrónico.

Poco más de una década después la situación ha cambiado sustancialmente. No sólo la mayor parte de los medios periodísticos “tradicionales” del país se encuentra en la red; nuevos medios han surgido en la propia esfera digital y se han diversificado, valiéndose de aplicaciones que estrechan las relaciones entre *audiencias, medios y periodistas*. Se trata de agregadores de contenidos, comunidades de usuarios, blogs, redes sociales, sitios web de alojamiento de video y audio en los que ocurre una función informativa que la teoría de los medios no ha sido capaz de “encuadrar” conceptualmente como periodística.

El ámbito de los *medios periodísticos digitales* en Venezuela es tremendamente difícil de describir tanto por la inexistencia de registros, oficiales o independientes, como por la diversidad de tecnologías de información y comunicación que ciudadanos, periodistas o no, usan como herramientas. Tal realidad es tan palpable, que inclusive la elaboración de un instrumento descriptivo para medios digitales se hace tremendamente difícil. Esta investigación se propuso *documentar las características que poseen las versiones web de los medios tradicionales, como primer acercamiento*. Sin embargo, conviene advertir que dada la misma naturaleza cambiante del espacio virtual es imposible contar no sólo con una visión del universo digital de medios periodísticos sino que la misma data que se documenta se desactualiza a una velocidad vertiginosa, puesto que los medios virtuales cambian prácticamente día a día.

En enero de 2008 se levantó por primera vez información en el marco de este proyecto, en esa oportunidad nos abocamos a los medios tradicionales y sólo se levantó información de un medio digital. En enero de 2009 se levantaron registros de 35 medios y en enero de 2010 se levantaron datos de 14 medios digitales. Este documento presenta un análisis descriptivo que resume los datos de **49 medios**<sup>21</sup>. De la muestra de 35 casos, 12 publican contenido diferente al del medio de comunicación tradicional. Dentro de este rango se incluyen aquellos sitios web que tienen una redacción propia o actualizan informaciones varias veces al día. Contrariamente, 9 de estos medios digitales tienen las mismas informaciones de su par tradicional y 4 son exactamente iguales; mientras que 5 de 35 presentan sólo un resumen, fragmentos o primeras planas (en el caso de los medios impresos) del medio original.

<sup>20</sup> Este apartado ha sido redactado con el apoyo del Prof. Daniel Maggi

<sup>21</sup> Se encuentran en curso de elaboración varios artículos que se desprenden de esta dinámica de investigación, entre ellos uno realizado en conjunto por la Prof. Mariela Torrealba y el profesor Daniel Maggi en el cual se analiza en detalle la evolución de 5 medios cuyos datos fueron registrados en periodos distintos (2009 y 2010) para visibilizar los cambios que sufrieran los mismos en el lapso. Se trata de una emisora de radio digital, 1 diario de provincia y 3 diarios de circulación nacional.

Catorce de los 35 casos estudiados permiten la descarga completa del medio tradicional, requiriéndose suscripción para 2 de ellos. Cuatro medios permiten la descarga de una parte del contenido (primeras planas o clips de video). Sólo 8 de los medios descritos contaron con publicidad, en 2 de los casos con publicidad exclusiva de la web, aún y cuando el contenido informativo del medio digital era igual que el tradicional.

En 2009, contaban con sonido 14 medios, con fotos 33 y con video 15. Veintinueve de los 35 medios ofrecían archivo retrospectivo, 23 actualizaron las informaciones más de una vez al día y 13 ofrecieron avances en tiempo real. Dieciséis de los 35 medios dieron alternativas de acceso a otros productos informativos, en su mayoría suplementos, revistas y otros sitios web. 10 sitios web ofrecían documentos para descargar, 1 permitió la descarga de documentos de otros sitios web y 12 manifestaron enviar información al usuario, uno de ellos con previo registro. Tres ofrecen a los cibernautas la opción de juegos. Ocho ofrecen *tags* o marcadores de contenido que facilitan la búsqueda en archivo.

En esta parte del estudio, debe indicar que no fue posible completar el total de la información, sin embargo, hay algunos datos que nos revelan el desarrollo de aplicaciones de participación, propios de la llamada **Web 2.0**. En enero de 2009, 5 de los medios requerían que el usuario registrase un perfil para poder ingresar al sitio, en uno de esos casos con suscripción previa. La cifra es exactamente igual para aquellos que exigen perfil de participación del usuario. Diecinueve de los 35 medios presentan encuestas que en la totalidad de los casos arrojan resultados, 11 abren foros y 16 responden los correos de los usuarios. En 5 de los medios digitales descritos el usuario puede colgar información; 7 cuentan con blogs temáticos o de columnistas del medio y 2 permiten que el usuario afilie el medio digital a su propia cuenta de blog, mientras que 8 prestan soporte RSS (descarga directa del medio al explorador web de cada usuario)

El total de instrumentos que obtuvimos en 2010 fue sustancialmente inferior: 14. De esos, 6 de los medios tomados en cuenta son diferentes respecto al medio original, 6 son idénticos al mismo y 7 permiten su descarga completa. 10 tienen publicidad. Entre ellos, sólo 1 restringe el acceso a los usuarios. Once de los medios estudiados contaron con archivo retrospectivo, 6 de los cuales permitieron la descarga del medio original, en uno de los casos sólo para ejemplares publicados en 2009. Siete de los medios actualizan informaciones más de una vez al día y 6 no; 3 ofrecen avances informativos en tiempo real. En cuanto al uso de recursos audiovisuales y de entretenimiento, 4 ofrecen sonido; 14, fotografías y 5, video; ninguno ofrece juegos. Nueve de los medios permiten acceder a productos informativos, en su mayoría descarga de otros medios o acceso a servicios digitales; 5 permiten la descarga de documentos del propio sitio web y 1 de otras páginas. 3 de los medios envían información al usuario. Tres ofrecen opciones de *tags* o marcadores de contenido, y uno ofrece buscador.

De los medio descritos, ninguno exige la creación de un perfil de participación, sin embargo dos de ellos sí tienen políticas de participación. Dos abren foros, 7 abren encuestas, entre los cuales dos lo hacen ocasionalmente; en todos los casos se arrojan resultados. Siete de los 14 medios responden los correos de los usuarios y 6 ofrecen ayuda. Dos tienen blogs asociados, temáticos o de columnistas del medio, y 2 permiten que los usuarios vinculen su propio blog al medio de comunicación. Cinco soportan servicio de RSS (alimenta directamente de contenido del explorador de cada usuario) y sólo uno permite que los usuarios cuelguen información.

Analizamos 34 medios digitales cuyo origen y/o respaldo son 34 medios impresos, 11 digitales cuyo respaldo son televisoras y 4 que cuentan con una contraparte en radio. Del total, 4 condicionan el acceso a la información y 15 presentan una versión digital con muy pocas variaciones en relación con el medio original, en la mayor parte de los casos impresos. Incluso en un par de casos (impresos de provincia) se limitan a presentar la digitalización de la primera página. Sólo 3 cuentan con contador de visitas fácilmente ubicable para el cibernauta. Veinte medios digitales no presentan avances a lo largo del día, 21 no ofrecen encuestas, 13 no cuentan con publicidad. Sin embargo, 24 responden los correos de los usuarios y 13 tienen foros. Del total analizado 8 no cuentan con archivo retrospectivo.

Tal como indicáramos al inicio de este aparte esta primera fotografía (necesariamente parcial) se constituye en un instrumento fundamental para el estudio de este universo de nuevos actores.

### **EL IMPACTO EN LA DOCENCIA**

Los alumnos de comunicación social de las más de 15 universidades que dictan esa licenciatura en el país estudian la complejidad cambiante de los medios de comunicación desde las exposiciones de los docentes, desde los esquemas y propuestas que diversos teóricos de Venezuela y el mundo proponen o desde la práctica en los mismos medios en los cuales se insertan, a veces prematuramente, para desempeñar una o más actividades pre-profesionales. Sin embargo, el desarrollo de capacidades que permita la adecuada comprensión y análisis de los medios desde sus muy disímiles perspectivas se torna una de las tareas docentes más arduas. En la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela esta tarea de aprendizaje se enfoca desde diversas materias obligatorias y electivas. No obstante, es constante la queja de los cursantes de los últimos semestres y de los recién egresados quienes manifiestan su inconformidad ante el desconocimiento de la complejidad multidimensional de los medios y ante la falta de herramientas teórico-metodológicas para el análisis de los mismos.

Otro desafío docente frecuente es la vinculación de las actividades docentes y de investigación, el cual se plantea como ideal y obligación de la universidad venezolana. Con este propósito en mente en el año 2007, con el apoyo del Consejo de Desarrollo Científico y Humanístico de la Universidad Central de Venezuela, nos propusimos proporcionar a los estudiantes desde muy temprano en la carrera de herramientas teórico-metodológicas que les permitan la comprensión y análisis de los medios de comunicación a través de la integración de las actividades docentes y de investigación sobre la situación mediática del país. En concreto se propuso al CDCH la creación de una Base de Datos sobre la situación mediática del país.

En el mismo año 2007 se actualizó el programa de la asignatura *Teoría de la Información Periodística* que tiene entre sus objetivos los siguientes

Identificar, caracterizar y analizar a los distintos actores involucrados en el proceso social de la información periodística (el periodista, el medio, las fuentes, grupos de presión, otros actores del proceso de comunicación mediática). Se hará énfasis en la comprensión y análisis del periodista.

(...)

Identificar, caracterizar y analizar el panorama mediático contemporáneo, haciendo énfasis en el panorama mediático nacional.

Esta asignatura, de las primeras del área profesional que cursan los estudiantes de Comunicación Social de la UCV, asumió el reto de permitir a los estudiantes caracterizar y evaluar la situación mediática del país, a través de la realización en conjunto con los estudiantes de procesos de investigación que le permitieran a cada cursante conocer en profundidad y desde distintas perspectivas un medio específico y compartir con sus compañeros los procesos de descubrimiento realizados por cada uno de ellos.

Tal como ha sido descrito se asignaba a los estudiantes un medio desde el principio del semestre y se le orientaba para analizar y observar permanentemente el mismo, se le proveía (y explicaba cuidadosamente) de un instrumento de investigación, de una carta de presentación y de un instructivo; se le entrenaba para la realización de entrevistas con responsables del medio cursantes. En algunos casos los cursantes solicitaban que se les cambiara el medio asignado dada la poca receptividad, y en algunos casos resistencia que encontraban en los mismos y se reiniciaba el proceso. Antes de finalizar el semestre, los alumnos eran organizados por equipos en función de los tipos de medios y se estimulaba el intercambio de información y experiencias entre ellos, hasta que finalmente exponían en grupos, permitiéndoles a todos una comprensión específica de los medios mismos.

Cabe destacar que en los semestre inmediatamente posteriores los estudiantes que habían participado se dirigían a la responsable del proyecto para solicitar información sobre el mismo que les permitiera la realización de trabajos de cátedra en otras asignaturas, en todos los casos se les facilitó toda la información requerida (copia digital) y se les orientó para que en las referencias identificarán al proyecto.

En este proyecto, en un primer momento sólo se involucraron las secciones de la asignatura bajo responsabilidad de la autora de este informe, pero en su segundo año la Prof. Rosa Elena Pellerino se sumó al mismo y contribuyó no sólo con la ampliación del instrumento, sino que los alumnos de los cursos bajo su responsabilidad también se sumaron. En el año 2009 todos los profesores de la asignatura asumieron como metodología de trabajo para dar cumplimiento al objetivo académico la actividad vinculada con la base de datos. Incluyendo los cursos nocturnos en los cuales los resultados fueron disímiles. En un caso fueron considerados excelentes por uno de los docentes y en otro de los casos, pese a reconocer la importancia de la metodología, el profesor consideró que los estudiantes no tenían capacidad para tal labor de investigación. Indudablemente que recuperar información con estudiantes de los primeros semestres (la asignatura se dicta en 3º semestre) comporta algunos riesgos que estimamos se superan en el proceso de validación y verificación posterior, pero proporciona no sólo un importante ahorro de costos propio del proceso de recolección de información, sino que permiten al estudiante “ver” de manera global y pluridimensional los medios de comunicación.

## **DEL FUTURO DE LA BASE DE DATOS**

Contar con una base de datos plantea el desafío de su actualización y crecimiento, la cátedra se ha propuesto a través de la asignatura *Teoría de la Información Periodística* que la actividad de recuperación de información sobre medios se realice anualmente. Ello supone, que en función del número de inscritos, 50% de ellos se dedique a actualizar un medio y levante nuevamente todo el instrumento, el restante 50% levantará registros de medios aún no incorporados en la BD. Para el año 2010 nos hemos propuesto completar el registro de emisoras comunitarias ubicadas en el Distrito Capital y en los Municipios

Los Salias, Guacaipuro, Carrizal y Plaza del Estado Miranda e incorporar los medios comunitarios existentes en el Estado Vargas. Igualmente se ha propuesto iniciar el registro de Revistas (en el renglón impresos sólo se han incorporado a la BD diarios y algunos semanarios) y nos hemos propuesto comenzar el registro de algunos medios web que no cuentan con un correlato en un medio tradicional. Se actualizarán aleatoriamente 1 de cada 5, o 1 de cada 7 medios, estos números están por definirse una vez iniciado el semestre 2010-2, momento en el cual se sabrá exactamente cuántos cursantes tendrá la asignatura. Para el ingreso de los datos la directora de la BGL ha propuesto solicitar a OBE-UCV un becario que se dedicará durante el primer semestre de cada año bajo su supervisión y con asesoría de la autora de este informe, al proceso de transcripción y validación de la data.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AGUIRRE, J.M. y M. BISBAL

1981 *La ideología como mensaje y masaje*. Monteávila Editores. Caracas

ÁLVAREZ, Jesús Timoteo

2005 *La construcción de la sociedad mediática (1989-2004) Gestión del poder diluido*. Pearson Educación, Madrid.

ASOCIACIÓN NACIONAL DE MEDIOS COMUNITARIOS, LIBRES Y ALTERNATIVOS

2010 Disponible en: <http://www.medioscomunitarios.org/pag/index.php?id=48>

BLOQUE DE PRENSA VENEZOLANO

2010 *Diarios y Revistas de Afiliados*.

Disponible en:

[http://www.bloquedeprensavenezolano.com/index.php?option=com\\_content&task=view&id=16&Itemid=28](http://www.bloquedeprensavenezolano.com/index.php?option=com_content&task=view&id=16&Itemid=28)

CÁMARA VENEZOLANA DE LA INDUSTRIA DE LA RADIODIFUSIÓN

2010 *Afiliados*.

Disponible en: <http://www.camradio.org/asociados/browser/homepage.htm>

CARRASQUERO, José Vicente, Daniel VARGNAGY y Friedrich WELSCH "Cultura política, capital social y calidad de la democracia en Venezuela: un análisis comparado". En: *Politeia*, N° 30, enero 2003 (tomado de <http://www2.bvs.org.ve/scielo>) (fecha consulta mayo 2006)

COMISIÓN NACIONAL DE TELECOMUNICACIONES

2010, junio. *Medios comunitarios habilitados*.

Disponible en:

[http://www.conatel.gob.ve/download/solicitudes/habilitaciones/Medios\\_Comunitarios\\_Habilitados.pdf](http://www.conatel.gob.ve/download/solicitudes/habilitaciones/Medios_Comunitarios_Habilitados.pdf)

2007 Disponible en: <http://www.conatel.gob.ve/>

CONSEJO NACIONAL ELECTORAL

2010 Disponible en: <http://www.cne.gov.ve/>

<http://www.cne.gov.ve/estadisticas.php>

COPRE-PNUD-UNESCO

1998 *Gobernabilidad democrática en Venezuela. Hacia un sistema de radiodifusión de servicio público*. Caracas.

Decreto presidencial N° 3.574 (2005, abril 08). Gaceta Oficial N° 38.162 Extraordinario. Presidencia de la República Bolivariana de Venezuela.

Decreto presidencial N° 3.597 (2005, abril 12). Gaceta Oficial número 38.164 Extraordinario. Presidencia de la República Bolivariana de Venezuela

Decreto presidencial N° 3149 (2004, septiembre 30). Gaceta Oficial N° 38.034 Extraordinario. Presidencia de la República Bolivariana de Venezuela.

GUZMÁN, Carlos

2001 "La industria publicitaria en Venezuela 1996-1999". En: *Anuario ININCO / Investigaciones de la Comunicación*, N° 13, Vol. 1. (215-252).

KAYSER, J.

1982 *El diario francés*. ATE, Barcelona

MINISTERIO DEL PODER POPULAR PARA LA COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN

2010, junio Disponible en:

[http://www.minci.gob.ve/directorio\\_medios\\_comunitarios/25/16231/medio--39/distrito\\_capital.html](http://www.minci.gob.ve/directorio_medios_comunitarios/25/16231/medio--39/distrito_capital.html)

MOLINA, R.

2004 *Evaluación de la estructura y funcionamiento de la Comunicación Corporativa en Radio Nacional de Venezuela*. Trabajo de Licenciatura no publicado. Escuela de Comunicación Social, FHE, UCV.

MORENO, H.

2008 Izarra: Medios golpistas no van a contar con un solo bolívar del Estado [Documento en línea]. Disponible: <http://www.radiomundial.com.ve/yvke/noticia.php?t=13159> [Consulta: 2010, julio 18].

NORIEGA, C.

2010, enero 31. Hegemonía comunicacional sigue su curso arrollador. *Correo del Caroní*. Disponible en: [http://boletin.uc.edu.ve/index.php?option=com\\_content&view=article&id=32624:hegemonia-comunicacional-sigue-su-curso-arrollador-&catid=16:entrevistas&Itemid=6](http://boletin.uc.edu.ve/index.php?option=com_content&view=article&id=32624:hegemonia-comunicacional-sigue-su-curso-arrollador-&catid=16:entrevistas&Itemid=6)

PILATO, E.

1998 "Los diarios venezolanos en Internet". En: *Comunicación*, 102, (23- 27).

PINEDA de A., M.

2006 "La investigación de la comunicación en América Latina: Evaluación del estado de la cuestión". (142-158). *Opción*, ago. 2006, vol.22, N°.50.

PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA



2007 *Proyecto Nacional Simón Bolívar. Primer Plan Socialista*. [Documento en línea]. Disponible: <http://www.mpd.gob.ve/Nuevo-plan/PROYECTO-NACIONAL-SIMON-BOLIVAR.pdf> [Consulta: 2010, julio 18].

RADIO NACIONAL DE VENEZUELA  
2010 Disponible en: [www.rnv.gob.ve](http://www.rnv.gob.ve)

REINOSO, Y.

2008a William Castillo: La mejor televisión que se pueda hacer en Venezuela, es la que se pueda construir desde el pueblo [Documento en línea]. Disponible:

[http://www.minci.gob.ve/entrevistas/3/175244/william\\_castillola\\_mejor.html](http://www.minci.gob.ve/entrevistas/3/175244/william_castillola_mejor.html)

[Consulta: 2010, julio 11]

2008b El Sistema Nacional de Medios Públicos, un proyecto revolucionario [Documento en línea]. Disponible:

[http://www.minci.gob.ve/entrevistas/3/175567/el\\_sistema\\_nacional.html](http://www.minci.gob.ve/entrevistas/3/175567/el_sistema_nacional.html). Consulta: 2010, julio 11]

URABAYEN, M.

1988 *Estructura de la información periodística: concepto y método*. Barcelona: Mitre.

1994 La investigación sobre comunicación social en España: Panorama general (81-86). En *Cultura y Comunicación* CEDIC, Barcelona

VILLAROEL, Gladys

2001 *Las representaciones políticas del venezolano. Un estudio sobre culturas políticas*, CDCH-UCV, Caracas.

#### FUENTES VIVAS CONSULTADAS

Doris Ponce, entrevista personal, junio 2010.

Nataly Mendoza, entrevista personal, junio 2010.

Orlando Utrera, entrevista personal, septiembre 2008.