

**Televisión del Estado, comercial y comunitaria en Venezuela: la lucha por el poder y consumo mediático**

*José Miguel Gámez Pérez – Doctorando Universitat Autònoma de Barcelona.*

**Resumen**

El artículo se centra en el pluralismo y la concentración mediática en Venezuela, donde los debates sobre la comunicación presumen la falta de democracia. Se intenta entender la estructura y el funcionamiento de los medios, en específico de la televisión y sus patrones de consumo mediático, profundizando en cómo se clasifica y qué rol tiene en una sociedad orientada políticamente hacia el Socialismo del siglo XXI o en contra del postcapitalismo-neoliberal, la cual de seguro es de difícil comprensión en otros sistemas políticos.

El texto realiza un análisis metodológico cualitativo de carácter documental y transdisciplinario, enfocado en las dimensiones económica, política, legal y tecnológica, de los modelos de concentración a menores escalas y sus implicaciones económicas y políticas. También describe desde una perspectiva técnica, la clasificación de la televisión en Venezuela: pública y comercial (privada), de las cuales la pública a su vez se divide en TV del Estado y Comunitaria; no obstante todas, incluyendo la TV comercial de estricto carácter capitalista, están sujetas a una nueva regulación nacional que garantiza el cumplimiento de la misión social.

Vale destacar que los medios públicos se asocian con el Gobierno por recibir en muchos casos las concesiones y subsidios, lo cual porcentualmente aparecería como una tendencia al monopolio del Estado, sin embargo el control y seguimiento realizado por la Comisión Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL) y el cumplimiento de la Ley de Responsabilidad Social en Radio, Televisión y Medios Electrónicos (Ley Resorte), así como mediciones de cuota y preferencia de la audiencia en cuanto al porcentaje de *Share* y el consumo ideológico y material, en medios nacionales e internacionales, demuestran lo contrario, aunque se intente construir una nueva plataforma comunicacional y de ciudadanía, producto de la demanda de una alternativa ante la evidente necesidad de un cambio en la racionalidad socioeconómica.

**Palabras claves:**

Pluralismo, concentración de medios, Venezuela, estructura de la propiedad televisiva, poder y consumo mediático.

## **Abstract**

This article is focused on pluralism and media concentration in Venezuela, where debates on communication presume the lack of democracy. Its main aim is understanding the structure and functioning of the media, especially of television and media consumption. It deepens into how the national media system ranks and which is its role in a society that is politically oriented to Socialism and place itself against neoliberal postcapitalism on the 21th Century. That fact make Venezuela's political, economic (and, therefore, media) systems hard to understand to other political systems.

This article offers a qualitative documental and transdisciplinary analysis, describing the economic, political, legal and technological spheres, and focusing on concentration models at smaller scales and its economic and political impact. Moreover, the research describes the different sorts of television in Venezuela from a technical perspective. Those kinds are public and commercial (private) television. Meanwhile, the public one is divided into State and Community television. However, they are all, including commercial TV, subject for the new national regulation that ensures the fulfillment of the televisions' social mission.

As public media are associated with the government, they often receive grants and subsidies. Regarding percentages, that trend would look like a state monopoly. However, there is a strict control and monitoring by the National Telecommunications Commission (CONATEL) over the fulfillment of the Law on Social Responsibility in Radio, Television and Electronic Media. Those estimates, as well as several share and audience's preferences studies show that ideological and material consumption, both in national and international media, offers a different point of view. Nevertheless, a new communication and citizenship platform is being built, due to the demand for a media alternative within the obvious need for a change in the socio-economic rationality.

## **Keywords:**

Pluralism, media concentration, Venezuela, ownership structure of television, media power and consumption media

## **Introducción**

Desde hace 16 años Venezuela ha vivido un cambio de sistema político-ideológico-social sin precedente alguno, catalogado como unos de los más importantes y controversiales de Latinoamérica. Durante no menos de una década se ha reiterado por la mayoría de medios de comunicación criollos e internacionales, y por parte de un gran número de Gobiernos en el mundo, que en

este país no existe una democracia sólida y que se centra en un régimen autoritario que se refleja por el poco pluralismo y la dominación de todas las instituciones, particularmente de los medios de comunicación y en especial de la televisión. Ava Gómez, en su estudio “Venezuela entre el Estado comunicador y el pluralismo mediático”, manifiesta:

Este país es el precursor del giro político a la izquierda en Latinoamérica, un cambio que puede ser un factor clave que incide en la reforma a la política pública de comunicación y en sus resultados. En segundo lugar, es el caso que lleva más tiempo desde la implementación de su nueva política pública de comunicación. Esto sirve para ver con más claridad los efectos que ésta ha producido en el sector audiovisual. En tercer lugar, por la voluntad abiertamente declarada del ejecutivo por regular unos medios que consideraba excesivamente concentrados y controlados por grupos de poder que manipulaban la información. (Gómez, 2012: 6)

No obstante, los argumentos repetidos sin cesar que hablan de dictadura mediática en Venezuela, van en sentido contrario con las cifras de cuota de audiencia, estructura de propiedad y control normativo de las televisoras nacionales y regionales, y por ende del consumo material e ideológico a través de los medios comerciales. Según un estudio realizado el [Center for Economic and Policy Research](#) “los datos sobre la cuota de audiencia de televisión en Venezuela contradicen la reclamación comúnmente creída y extensamente reportada que el gobierno de Chávez domina los medios de televisión” (Weisbrot y Ruttenberg,

2010: 4), y esto se debe a que los canales comerciales (privados) tienen una mayoría casi absoluta en cuanto a propiedad y por ende de audiencia, dejando a los canales estatales con una muy mínima audiencia que no supera el 8 por ciento. Las televisoras comerciales aunque no presentan un conglomerado nacional único, evidencian además de que sus dueños son influyentes y políticamente opuestos al Gobierno nacional, se encuentran sintonizados con sus líneas editoriales, las cuales no sorpresivamente están alineadas con visiones de medios internacionales, y que se convierten en un gran grupo de poder económico-político (válido en las democracias modernas aunque con límites regulatorios y normativos), capaces de impulsar y apoyar abiertamente un Golpe de Estado, reflejando que “una importante fracción de los medios, a través de campañas sistemáticas auspiciaron e invocaron el Golpe de Estado, y censuraron todo contenido adverso a este durante el 12 de abril (de 2002)” (Britto, 2003: 3).

Desde una perspectiva meramente técnica, la televisión en Venezuela (este sector es considerado importante al ser la comunicación, donde está incluida la TV, una actividad económica no petrolera que genera el 6,01% del PIB nacional)<sup>1</sup> se clasifica en pública y comercial, de las cuales la pública a su vez se divide TV del Estado y comunitaria. Todas las televisoras, independientemente de su origen económico, deben estar sujetas a las leyes que garantizan el cumplimiento de la misión social (informar, educar/formar y entretener). Por otra parte, las nuevas normativas, reglamentos y leyes nacionales impulsadas desde el Ministerio del Poder Popular para la Comunicación e Información (MPP MinCI) y la Comisión

---

<sup>1</sup> Fuente Banco Central de Venezuela, 2013, primer semestre.

Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL), entre otros organismos, engloban el ámbito legal donde estriban las políticas públicas en materia audiovisual que comenzaron desde 2000 en el periodo de Gobierno Bolivariano de Hugo Chávez y que continúan con Nicolás Maduro desde el 2013. Es interesante examinar el recorrido existente entre las políticas de comunicación, las estructuras de propiedad y los procesos de regulación que ha vivido Venezuela antes del Periodo Bolivariano, para entender el sistema de medios venezolano actual enmarcado en la búsqueda de mayor pluralismo (diversidad mediática como le llama McQuail o indistintamente como la define Iosifidis)<sup>2</sup> y menos concentración mediática<sup>3</sup>.

### **El sector televisivo venezolano**

Entender la estructura de medios en la Venezuela actual, es revisar y conocer el antes y el después de la implementación de la leyes de medios vigente, especialmente para la televisión, no sin antes hacer un recorrido histórico en tres periodos claves que llamamos: “Llegada de la TV a Venezuela: ausencia de legislación”<sup>4</sup>, “Década del 90: liberalización de concesiones” y “Periodo Bolivariano: nuevo orden regulatorio”. En cada etapa se manifiestan los elementos

---

<sup>2</sup> McQuail se refiere que para conseguir un verdadero pluralismo se debe medir la diversidad de provisión mediante la oferta de alternativas de distintas maneras: en función al tipo mediático, de las audiencias a las que se dirigen y alcanzan, del idioma y de la identidad étnica o cultural y de la política e ideológica (McQuail, 2000: 227), mientras que Iosifidis lo define como el pluralismo de los medios que considera esencial para una sociedad democrática (gran variedad en la propiedad y puntos de vista diversos, la independencia y la transparencia). Se puede definir como la presencia de un número de diferentes e independientes voces en el mercado de los medios de comunicación. La diversidad en los medios de comunicación se refieren a diferentes las opiniones políticas y las representaciones de la cultura dentro de los medios de comunicación. (Iosifidis, 2010: 3)

<sup>3</sup> La concentración de medios va en contra de la libertad de competencia, la cual debería conducir a la variedad y a cambios en las estructuras mediáticas, aunque algunos críticos señalan que podría tener un efecto opuesto, conducir a una situación monopólica, oligopólica por intereses económico, sociales y políticos. (McQuail, 2000: 258)

<sup>4</sup> En el año 1926 surge la radio bajo la dictadura de Juan Vicente Gómez, en 1952 llega la televisión con Marcos Pérez Jiménez, y en 1980 se estudia el escenario y determinan posiciones con el informe McBride.

básicos que identifican cada periodo y el marco regulatorio existente, o inexistente, del momento histórico del sector audiovisual.

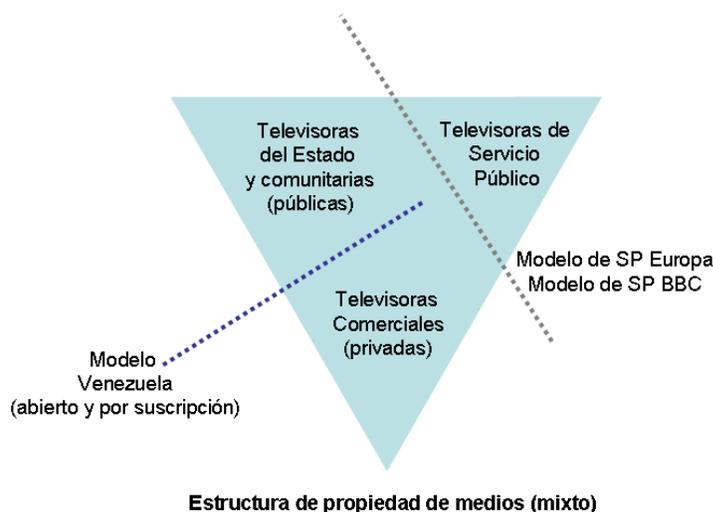
*Llegada de la TV a Venezuela: ausencia de legislación*

Durante la dictadura de Marcos Pérez Jiménez en 1952, luego de una larga lista de gobiernos y militares al poder en el país, llega la televisión de Servicio Público a Venezuela (aunque en 1946 fue la primera transmisión audiovisual), lo que definió y condicionó la estructura y desarrollo de medios en general bajo un sistema de inestabilidad política, con gobiernos militares autoritarios que determinaron el diseño, regulación, programación y concesión de licencias. Otro de los factores predominantes fue la dependencia económica y tecnológica del sistema de medios estadounidense, que determinó desde el nacimiento hasta la evolución del sector audiovisual tanto en Venezuela como en Latinoamérica, erigiéndolo como un sector corporativo empresarial de total cobertura en la región,

La American Broadcasting Company tuvo una red de televisión sudamericana y otra centroamericana y tanto la National Broadcasting Company como la Color Broadcasting System invirtieron en los principales sistemas de televisión comercial en todos los países de América Latina. (Fox, 1989: 32)

Vale resaltar que cuando se habla de Servicio Público de medios venezolanos existen características propias, que se alejan de los modelos Europeos y del Reino Unido (caso BBC de Londres), ya que están más enfocados hacia el uso público del espectro radioeléctrico abierto, sin que la

población contribuya económicamente al sustento de los canales de manera directa, sino con financiación del Estado, modelo que se mantiene hasta ahora a pesar de los cambios regulatorios que se han impulsado más recientemente, donde se incluyen y reconocen legalmente como novedad las radiodifusoras comunitarias, mientras que en Europa no tienen mayor relevancia (figura I). La diversidad de televisoras comerciales en Europa y Venezuela tiene básicamente la misma tendencia en su estructura de propiedad<sup>5</sup>.



Modelo de propiedad de medios en Europa y Venezuela (Figura I)

En el año 1976, representantes de veinte gobiernos latinoamericanos se reunieron durante la Conferencia de San José (UNESCO), para discutir sobre la políticas nacionales de comunicación, donde manifestaron problemas propios del sector

<sup>5</sup> La estructura de propiedad mediática es un sistema unido por una lógica político-económica común con elementos privados y públicos (capitalistas y estatales), organizados según los principios de las políticas mediáticas nacionales. (McQuail, 2000: 247)

como: el control casi enteramente privado de los medios, la ausencia del Servicio Público, la amplia importación de contenido audiovisual, la censura de noticias y la poca profesionalización del sector y participación ciudadana en la creación audiovisual. Se determinó la necesidad de la regulación de los sistemas audiovisuales y crearon una comisión de estudio que derivaría en 1980 el Informe McBride, *Un solo mundo, voces múltiples*<sup>6</sup>, que proponía el desarrollo de un nuevo equilibrio mundial en el ámbito de la información y de la comunicación, sin embargo nunca generó los cambios esperados por los intereses económicos y desregulatorios neoliberales que comenzaban a gestarse.

#### *Década del 90: liberalización de concesiones*

Luego de borrarse los principios del Informe McBride y fracasar el proyecto de Ley Rattelve (Ley de Radio y Televisión en Venezuela)<sup>7</sup> (Capriles, 1996: 84), comienza en Venezuela el proceso desregulatorio neoliberal que marcó la tendencia del sistema de medios que impera, en mayor o menor medida actualmente, en Venezuela. Por otra parte, las condiciones recurrentes de inestabilidad política y económica, y por otro lado el desarrollo tecnológico y los avances de investigación en comunicación en Latinoamérica y Venezuela, enmarcan una década que delinea los acontecimientos posteriores en los ámbitos del sistema mediático y

---

<sup>6</sup> El Informe McBride aparecía justamente cuando surgían políticas neoliberales en el mundo, dando mayores privilegios a los medios privados, corporaciones internacionales y países como reino Unido y EEUU abandonan la UNESCO, haciendo desaparecer la idea en 1989.

<sup>7</sup> El Informe Rattelve comienza el debate en los años 70 sobre la necesidad de la defensa de una radiodifusión de servicio público, que apoyaba un sistema independiente del poder ejecutivo. Surge como proyecto en 1974 liderado por Antonio Pasquali. Las recomendaciones eran reestructuración del marco legal, distribución y concesión de emisoras en áreas urbanas y rurales nacionales.

político del país. Crisis económica, devaluación de la moneda, privatización de los sectores públicos, aplicación de medidas neoliberales por parte del Fondo Monetario Internacional, empobrecimiento y marginalización del 80% de la población, revueltas populares, insurrecciones militares, fue el escenario caldo de cultivo para la profundización de la debacle económica y los cambios posteriores de la política venezolana.

En el sistema de medios se realizaron también cambios de carácter legal con una tendencia improvisada que partieron desde 1991 con la creación de la Comisión Nacional para Telecomunicaciones (CONATEL), y diversos decretos de regulación y regímenes de control de concesiones, transmisión y prestación de servicios audiovisuales (Gómez, 2013: 30). Durante este periodo la penetración sociocultural de la televisión entre los canales comerciales podía alcanzar hasta un 43% de audiencia (caso Venevisión) y un 4% de la televisión del Estado (caso Venezolana de Televisión), en el sector poblacional con edades comprendidas entre 24-35 años, con nivel socio-económico medio-bajo, y exposición televisiva que superaba las 3,21 horas diarias.

La relación dispar del sistema de medios venezolano reflejaba para este entonces, la mayor concentración de televisoras comerciales frente a la menor penetración de la televisión estatal, y casi inexistencia de medios comunitarios o alternativos. Entre 1991 y 1998 el 80%, con tendencia al alza, de la televisión consumida por los venezolanos era comercial, mientras que menos del 20% con tendencia a la baja, del Estado.

En 1998 el país manifestaba más evidencias de un progresivo desmantelamiento del, ya de por sí escaso, servicio público. En el territorio nacional había un total de 192 repetidoras, 34% eran de carácter público y 66% de carácter privado. Después de 1998 las concesiones a privados aumentaron hasta un 74% y las públicas se redujeron hasta un 26%. La financiación de los medios públicos, proveniente de las ganancias por publicidad y los presupuestos estatales, se vio fuertemente afectada por una falta de control de los ingresos y los egresos. Esto produjo una total ineficiencia económica de los mismos al final de la década. (Gómez, 2013; 34)

Para 1999 la televisión por suscripción o cable se había extendido vertiginosamente pasando de 30 mil suscriptores en 1989 (autorización de licencia a dos canales por suscripción) a más de un millón 10 años después (autorización de 21 canales por suscripción), durante los dos últimos periodos de gobierno del bipartidismo venezolano<sup>8</sup>, y justamente antes de la llegada de Hugo Chávez a la presidencia.

*Periodo Bolivariano: nuevo orden regulatorio*

Desde la llegada de Hugo Chávez al poder, en Venezuela se ha vivido un *proyecto revolucionario* de restructuración de todas las instituciones públicas del país mediante un proceso democrático dibujado desde la creación y aprobación por

---

<sup>8</sup> Segundo gobierno de Carlos Andrés Pérez con el partido Acción Democrática (1989-1993), y segundo gobierno de Rafael Caldera con alianza de partidos políticos pero principalmente el partido COPEI.

mayoría popular de la nueva Constitución de la República Bolivariana de Venezuela en 1999, pasando el país de practicar una democracia *representativa* a una *participativa y protagónica*, lo que ha impactado en todos los sectores de la sociedad (específicamente en el sistema producción material e inmaterial y el consumo del capital, en la llamada *Transición al Socialismo del siglo XXI*), y directamente en el sistema de medios, a partir del establecimiento de nuevas regulaciones. Con la llegada de Maduro en 2013 como el primer gobierno *chavista*, después de la muerte de Chávez, continúa el *Plan de la Patria 2013-2019* (plan de Gobierno), que sigue el ideal Bolivariano y Socialista.

El Periodo Bolivariano, que posteriormente se afianzaría y comenzaría la era de *Transición al Socialismo*, tuvo un inicio continuista, aunque posteriormente más reformista, con muchos cambios legislativos, pero dentro de los cuales el sistema mediático no sufrió mayores modificaciones, hasta 2006, cuando se inicia el segundo periodo y coincide con el fin de la concesión en espectro abierto de RCTV (Radio Caracas Televisión), ocupando su señal la nueva TVes (Televisora Venezolana Social), una nueva televisora estatal que promocionaría la educación y cultura, marcando una serie de cambios de ampliación de los medios estatales y la red de medios comunitarios. TVes actualmente es considerada como otro brazo de propaganda política, además de reproducir el esquema de televisión comercial de los canales tradicionales venezolanos<sup>9</sup>. Por otra parte, “además, de esto (y contrario a lo que se puede esperar) se produjo la incursión de grupos extranjeros

---

<sup>9</sup> TVes tiende a reproducir en su programación características propias del canal que suplantó, bajo la dirección de Winston Vallenilla, imagen de RCTV antes del cese de su concesión (<http://www.tv.es.gob.ve/index.php>).

como Prisa, Planeta, Vocento y Cope, en el ámbito de la radiodifusión” (Gómez, 2013: 41).

Durante el mandato de Hugo Chávez, se impulsó la reforma en las políticas públicas de comunicación con la Ley Orgánica de Telecomunicaciones de 2000, con mayor profundidad en la regulación luego del Golpe de Estado de 2002<sup>10</sup> organizado por la patronal venezolana, empresarios, militares y apoyado abiertamente por los medios de comunicación comerciales, lo cual derivó, por impulso del Gobierno, en la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión de 2004, que da por primera vez en 60 años, un marco regulatorio completo al sector, lo que conllevó a,

Un incremento notable de la fiscalización de medios privados, que recrudece las sanciones a quienes incumplen la ley, y una diversificación del sector que se basa en la entrada de nuevos grupos mediáticos internacionales... La ampliación de los medios estatales o del *Estado Comunicador* y en la ampliación de los medios comunitarios o del *Pueblo Comunicador*. (Gómez, 2013: 39)

Es interesante señalar que durante estos inicios del *chavismo*, se busca seguir la premisa de Antonio Gramsci y la necesidad de conformar bloques históricos entre los intelectuales y las masas “...Constituyendo así, entre unos y otros, un bloque cultural y social.” (Gramsci, 1970: 370), mediante la hegemonía de la nueva

---

<sup>10</sup> Durante el Golpe de Estado del 11 de abril de 2002 se dejó en evidencia la posición de los medios de comunicación durante los hechos. RCTV (único canal comercial que se le revocó la concesión en 2007) fue uno de los que apoyó el Golpe, mientras que los medios comunitarios mostraron su respaldo al Gobierno. Desde entonces el Gobierno ha tenido un interés especial en regular este sector audiovisual.

clase<sup>11</sup> dominante, capaz de organizar, cohesionar y generar actitud crítica generalizada del propio contexto, a través del control de los medios de comunicación y sus mensajes, asumiendo que “...El aparato de coerción estatal que asegura ‘legalmente’ la disciplina de los grupos” (Gramsci, 1970: 396), garantiza su dominio.

### **Los grupos televisivos**

Desde el inicio de la televisión en Venezuela, han existido los grandes grupos mediáticos dueños de la mayor cantidad de emisoras radiales y canales de TV comercial, lo que ha hecho que la mayoría de la audiencia nacional en abierto siempre le haya correspondido a dos grupos empresariales, como son 1BC-Broadcasting Caracas y la Organización Cisneros, con sus televisoras RCTV y Venevisión, quienes se llevaban el *Share* de los medios venezolanos, ante la debilidad técnica y calidad de programación de los canales del Estado. Esta realidad continúa prácticamente igual, sin modificaciones en la tendencia más que en los nuevos grupos y dueños, solo que el Estado ha hecho una gran inversión en sus medios públicos e incremento en cantidad de los mismos, para contrarrestar el exclusivo dominio privado y consagrar un equilibrio en la estructura y concentración mediática que garantice un pluralismo real, sin embargo, como ya veremos posteriormente, los frutos no se comparan en sus resultados.

#### *Diferencias entre televisión pública y comercial*

---

<sup>11</sup> Gramsci habla de la lucha de clases no como asalto al poder o al Estado, sino de la hegemonía ideológica de clase y la concepción de su contexto social.

En Venezuela, los medios televisivos se dividen en televisión pública (del Estado y comunitarios/alternativos) y privada (comercial), sin embargo el carácter público, como hicimos mención anteriormente, se refiere al uso del espectro radioeléctrico concedido por el Estado venezolano, en señal abierta o por suscripción, y en algunos casos con subsidio del mismo Estado, mientras que las televisoras comerciales, si bien utilizan tanto el espectro abierto como la suscripción por cable, son financiadas con capital privado y publicidad. Históricamente las televisoras comerciales de cobertura nacional de mayor trayectoria y audiencia son: RCTV (retirada la concesión), Venevisión, Televen y Globovisión; mientras que las de cobertura regional son: CMT, Telecentro, NCBRT, INCMBO, INCVC, TVS, TeleCaribe, TVZ, Promar, Meridiano, La tele, Vale TV, DAT TV, Global TV, La Simón, TV Familia, URBE TV, CANAL I, Color TV, Cumbre TV, Proclamación, Orinoco, SOMOS TV, Telecolor, TVG, TVO, V+TV, Llanovisión, Telellano, TRT, Bolívarvisión (muchas de ellas son de suscripción por cable). Entre las televisoras del Estado encontramos: VTV, TVes, Telesur, Vive TV, ANTV (por suscripción), Alba TV, Colombeia y Ávila TV, las cuales por obtener subsidio se asocian con el monopolio estatal y en la misma medida como medios *Progobierno*. Igual sucede con la red de medios comunitarios audiovisuales, cuyo total es de 280 entre emisoras radiales y televisoras (tabla I), de las cuales 36 son canales de TV<sup>12</sup>.

---

<sup>12</sup> Datos aportados por la Gerencia de Acompañamiento Técnico de CONATEL

Total de Medios Comunitarios Habilitados				
	Estados	Radio	TV	Total
1	Amazonas	3	1	4
2	Anzoátegui	16	2	18
3	Apure	9	1	10
4	Aragua	9	5	14
5	Barinas	4	0	4
6	Bolívar	14	2	16
7	Carabobo	14	1	15
8	Cojedes	1	1	2
9	Delta Amacuro	1	0	1
10	Distrito Capital	11	2	13
11	Falcón	5	1	6
12	Guárico	3	1	4
13	Lara	19	1	20
14	Mérida	21	2	23
15	Miranda	18	3	21
16	Monagas	4	0	4
17	Nueva Esparta	12	0	12
18	Portuguesa	1	1	2
19	Sucre	8	1	9
20	Táchira	12	5	17
21	Trujillo	16	0	16
22	Vargas	3	1	4
23	Yaracuy	14	2	16
24	Zulia	26	3	29
<b>Sub-Total</b>		<b>244</b>	<b>36</b>	<b>280</b>

Medios comunitarios y alternativos habilitados por CONATEL (Tabla I)

*Sistema Bolivariano de Comunicación e Información (SIBCI)*

Según Gaceta Oficial N°40130, se decreta la creación del Sistema Bolivariano de Comunicación e Información (SIBCI), adscrito al Ministerio del Poder Popular para la Comunicación e Información (MPP MinCI), como una herramienta de planificación cuyo objetivo es “orientar la coordinación, desarrollo, fomento y ejecución de las políticas integrales de comunicación e información del Estado Venezolano”, cuyo papel principal es que los ciudadanos asuman un rol protagónico en los procesos comunicacionales de la nación, de esta manera

contrarrestar, según palabras de Atilio Borón, con la *canalla mediática*<sup>13</sup> que, a su juicio, difunde mensajes falsos y que atentan contra los intereses del país. Los medios que forman parte del SIBCI son los canales del Estado (VTV, ANTV, TVes, Telesur, Vive TV, Alba TV, Colombeia y Ávila TV), pero además incluye tres emisoras radiales (RNV, Radio del Sur, Radio YVKE Mundial), dos diarios (Ciudad Caracas y Correo del Orinoco), y una agencia de noticias (AVN), los cuales intentan hacer una batalla a los medios de comunicación comerciales.

Lo interesante, es que a pesar de que la unión de los medios públicos (tabla II) y la nueva hegemonía comunicacional impulsada en el Periodo Bolivariano, compuesto por los medios del Estado, los comunitarios y el SIBCI (que a su vez está compuesto por los mismos medios del Estado pero sumando 3 emisoras, dos diarios y una agencia de noticias), y que señalando una mayor tendencia hacia un conglomerado de medios estatales (44 televisoras incluyendo las comunitarias que no necesariamente pudieran ser *ProGobierno*), frente a las televisoras comerciales (35 actualmente)<sup>14</sup>; el mayor porcentaje de audiencia<sup>15</sup> sigue estando en manos de capital privado.

Vale destacar de acuerdo al concepto de lo *público*, y la intención político ideológica del Gobierno Bolivariano, en palabras de Néstor García Canclini, que

---

<sup>13</sup> Canalla mediática se refiere al “poder fenomenal (de los medios de comunicación) que ha venido a sustituir a los partidos políticos de la derecha que han caído en el descrédito y que no tienen capacidad de concitar la atención ni la voluntad de los sectores conservadores de la sociedad”. (Entrevista realizada al politólogo y sociólogo argentino, Atilio Borón, por el Director del *Observatorio Sociopolítico Latinoamericano*, Fernando Arellano Ortiz, publicada en octubre de 2012)

<sup>14</sup> Para 1999 el número de televisoras comerciales era tan solo de 23. (Gómez, 2013: 51)

<sup>15</sup> Venevisión con un 33,5% de la audiencia, RCTV, con un 31%, Televen con un 6,4% y Globovisión con un 2,5%. Las primeras emisoras superan un 73% de la audiencia nacional total (Mastrini y Becerra, 2006).

“cuando seleccionamos los bienes y nos apropiamos de ellos, decidimos lo que consideramos públicamente valioso, las maneras en que nos integramos y nos distinguimos en la sociedad, en que combinamos lo pragmático y los disfrutable” (García, 1995: 15).

Grupos televisivos en Venezuela			
Comerciales (privados)	Públicos		
	Estatal	Comunitarios	Sibci
Venevisión (nacional)	VTV		VTV
Televen (nacional)	Vive TV		Vive TV
RCTV (por cable)	Tves		Tves
Globovisión (por cable)	Telesur		Telesur
CMT (regional)	ANTV (por cable)		ANTV (por cable)
Telecentro (regional)	Alba TV		Alba TV
NCBRT (regional)	Colombeia		Colombeia
INCMBO (regional)	Ávila TV		Ávila TV
INCVC (regional)			RNV, Radio del Sur y YVKE Mundial (emisoras radiales)
TVS (regional)			Correo del Orinoco y Ciudad Caracas (prensa escrita)
TeleCaribe (regional)			AVN (agencia de noticias)
TVZ (regional)			
Canal I (por cable)			
Promar (regional)			
Meridiano TV (por cable)			
La Tele (por cable)			
Vale TV (por cable)			
Urbe TV (regional)			
Dat TV (regional)			
Global TV (regional)			
La Simón (regional)			
TV Familia (por cable)			
Color TV (regional)			
Cumbre TV (regional)			
Proclamación (regional)			
Orinoco TV (regional)			
Somos TV (regional)			
TV Color (regional)			
TVG (regional)			
TVO (regional)			
Telellano (regional)			
Llanovisión (regional)			
TRT (regional)			
Bolívarvisión (regional)			
V-TV (regional)			

Total de televisoras comunitarias habilitadas por CONATEL: 36

Grupos televisivos dominantes en Venezuela (Tabla II)

**Regulación y políticas públicas actuales**

La nueva regulación de medios audiovisuales que se formaliza en Venezuela en el Periodo Bolivariano, se enfoca, de acuerdo a sus objetivos y ámbitos de aplicación, en la definición de contenidos y la democratización del sistema de medios en el país, mediante el fomento de la producción nacional independiente y de los medios comunitarios, buscando de esta manera evitar la concentración y prácticas monopólicas, además de promover y proteger la libre competencia, fomentar la participación ciudadana y la integración, definir los contenidos de los medios, garantizar el acceso de todos los usuarios y desarrollar en general la industria nacional<sup>16</sup>. Es interesante señalar que,

Una diferencia muy importante de las leyes venezolanas respecto de las que se desarrollaron posteriormente en otros países, es que no plantean la repartición equitativa de las frecuencias. Esta diferencia

---

<sup>16</sup> LOTEL artículos 9, 11, 14, 54, 74, 222.

merece la atención puesto que, a pesar de lo que habitualmente se cree, la ley venezolana ejerce una intervención menor en la concentración del país, sin embargo sus resultados... Son más efectivos que casos como el argentino, por ejemplo. (Gómez, 2013: 42)

### *CONATEL y LOTEL*

Aunque a finales de la década de los 70 se trabajó el tema de la regulación de medios audiovisuales con el proyecto Ratelve, no es hasta 1991 cuando se crea la Comisión Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL). Ya en el Periodo Bolivariano, se inició en 1999 un proceso de fortalecimiento institucional orientado a asegurar una mayor eficiencia y capacidad técnica<sup>17</sup>, consolidando su trabajo como ente regulador mediante la entrada en vigor de la Ley Orgánica de Telecomunicaciones (LOTEL) de 2000. Con la LOTEL y la Ley Responsabilidad Social en Radio, Televisión y Medios Electrónicos (Ley Resorte de 2004)<sup>18</sup> comienza el proceso de cambio de la política pública de comunicación en Venezuela. Dentro de las disposiciones generales de la LOTEL se expresa en su Artículo 1, que “tiene por objeto establecer el marco legal de regulación general de las telecomunicaciones, a fin de garantizar el derecho humano de las personas a la comunicación y a la realización de las actividades económicas de

---

<sup>17</sup> CONATEL tiene la función de velar por la calidad de los servicios prestados en el país y elaborar planes y políticas nacionales de telecomunicaciones. Así como la responsabilidad de crear las bases para permitir la prestación de servicios de telecomunicaciones, a todos los niveles y en todo el territorio nacional, asegurando de tal forma el acceso universal a la información y la consolidación de una verdadera sociedad del conocimiento. (<http://www.conatel.gob.ve>)

<sup>18</sup> La Ley Resorte fue aprobada en 2004, sin embargo se hace una reforma en 2010 para sumar los medios electrónicos que no fueron considerados anteriormente,

telecomunicaciones necesarias para lograrlo, sin más limitaciones que las derivadas de la Constitución y las leyes” (LOTEL, 200: 1), a su vez que deja claro que esta ley excluye la regulación de contenidos de las transmisiones de los medios de telecomunicaciones en general, lo cual será regido por disposiciones constitucionales, otras leyes y reglamentos, como posteriormente sucedería con la Ley Resorte.

De acuerdo a la explotación del espectro radioeléctrico, el Artículo 7 señala que “es un bien del dominio público de la República Bolivariana de Venezuela, para cuyo uso y explotación deberá contarse con la respectiva concesión, de conformidad con la ley” (LOTEL: 2000: 2), el cual fue aplicado en 2007 en el caso RCTV, mundialmente conocido como el *cierre* de una televisora cuando se trata de la *revocación de la concesión*, por violentar la constitución y cometer reiteradamente faltas tanto a la LOTEL como a la Ley Resorte<sup>19</sup>, causando las mayores críticas internacionales y afincado la tesis de que en Venezuela no existe libertad de expresión, se censuran medios de comunicación, hay poco pluralismo y por ende se trata de un Gobierno dictatorial.

### *Ley Resorte*<sup>20</sup>

---

<sup>19</sup> Varios de los cargos que se le imputaron a RCTV y que fueron motivos de la revocación de su concesión fueron: promover al Golpe de Estado de 2002, incitar al odio, llamar abiertamente al magnicidio, censurar la libre opinión, acentuar la discriminación racial, falsear información, entre otros.

<sup>20</sup> Esta Ley tiene por objeto establecer, en la difusión y recepción de mensajes, la responsabilidad social de los prestadores de los servicios de radio y televisión, proveedores de medios electrónicos, los anunciantes, los productores y productoras nacionales independientes y los usuarios y usuarias, para fomentar el equilibrio democrático entre sus deberes, derechos e intereses a los fines de promover la justicia social y de contribuir con la formación de la ciudadanía, la democracia, la paz, los derechos humanos, la cultura, la educación, la salud y el desarrollo social y económico de la Nación, de conformidad con las normas y principios

Uno de los elementos que desde el inicio fue punto álgido de crítica, y que se mantiene hasta nuestros días con el gobierno de Maduro, aunque en menor medida, fueron las *modalidades de acceso del Estado a espacios gratuitos y obligatorios*, señalado en el Artículo 10, donde se establece que el Estado podrá ordenar la difusión de sus mensajes, de manera gratuita, a través de los servicios de radio y televisión, especificando que,

Los prestadores de servicios de radio o televisión y difusión por suscripción no podrán interferir, en forma alguna, los mensajes y alocuciones del Estado que difundan de conformidad con este artículo, y deberán conservar la misma calidad y aspecto de la imagen y sonido que posea la señal o formato original. Se entiende como interferencia de mensajes la utilización de técnicas, métodos o procedimientos que modifiquen, alteren, falseen, interrumpan, editen, corten u obstruyan, en forma alguna, la imagen o sonido original. (Ley Resorte, 2010: 10)

Los mensajes, y el tiempo de transmisión, a que hace referencia este artículo son aquellos previstos en la LOTEL, donde se especifican “mensajes culturales, educativos, informativos o preventivos de servicio público, los cuales no excederán, en su totalidad, de setenta minutos semanales, ni de quince minutos diarios”, cuya finalidad es garantizar el acceso a los servicios de radio y televisión del Ejecutivo nacional, el MinCI, instituciones públicas del Estado, y en especial a los usuarios y usuarias, quienes gozan de diez minutos semanales de estos

---

constitucionales de la legislación para la protección integral de los niños, niñas y adolescentes, la cultura, la educación, la seguridad social, la libre competencia y la Ley Orgánica de Telecomunicaciones. (LOTEL, 2000: 1)

espacios para transmisión de sus mensajes. Esta medida novedosa y controversial suscitó todo tipo de ataques por parte de sectores opositores al Gobierno (tanto de partidos políticos como empresas de comunicación y sociedad civil), pues a pesar de este control y distribución equitativa del tiempo de transmisión para estos contenidos y de las frecuencias para una mayor regulación del mercado, se incrementó el uso de las cadenas nacionales o alocuciones presidenciales u oficiales<sup>21</sup>(tanto en el gobierno de Chávez y que al parecer continúa con el de Maduro)<sup>22</sup>, afianzando la idea de un Gobierno autoritario y que violaba las propias leyes que había impulsado, atentando contra la pluralidad y dominio de la plataforma mediática venezolana.

[Proyecto Ley de Medios Comunitarios Alternativos y Comunicación Popular](#)  
(LMCACP)

Dentro del nuevo marco de regulación y las políticas públicas actuales, se suma a todo el cambio legal venezolano el anteproyecto de la LMCACP, el cual se encuentra en discusión en la Asamblea Nacional de Venezuela desde 2011, en el cual en su Artículo 1 encontramos su explicación,

La presente Ley tiene por objeto: Establecer el marco legal general de los [Medios Comunitarios Alternativos y Comunicación Popular](#); así

---

<sup>21</sup> La consultora AGB Nielsen señalaba que Hugo Chávez tuvo un récord absoluto en su uso ya que desde que asumió en 1999, la programación de la televisión venezolana fue reemplazada por más de 1.500 cadenas, el equivalente a casi 1.000 horas de transmisión. (Gómez, 2013: 42)

<sup>22</sup> En los primeros 7 meses de gobierno, Maduro encadenó los medios de comunicación durante 90 horas y 27 minutos, lo que equivale a 3 días hablando sin parar. Chávez, por su parte, habló durante 78 horas y 7 minutos en sus primeros 10 meses de mandato. (Fuente: ONG Monitoreo Ciudadano y del diario El Nacional del 18/11/2013)

como la organización desde la comunicación popular para crear, desarrollar, conformar, integrar, articular y consolidar el proceso comunicacional que se genera desde las comunidades, de acuerdo al principio de solidaridad, dignidad, libertad, autodeterminación, corresponsabilidad, interés colectivo, diversidad social y de género, sustentabilidad, cooperación, respeto a la diversidad y defensa de la integridad territorial, todo ello dirigido a la construcción de una sociedad democrática, participativa y protagónica, multiétnica y pluricultural, establecida en la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela. (Anteproyecto LMCACP, 2011, 1)

Algo novedoso que se desprende de este anteproyecto de Ley es su finalidad y los nueve objetivos principales que busca, que de ser aprobado, cambiaría el sistema de medios en Venezuela de manera radical. De sus objetivos destacamos los siguientes: 2- Propender a la democratización de la distribución y uso del Espectro Radioeléctrico Nacional, hasta lograr el equilibrio de su explotación en un porcentaje igual para cada sector, es decir: 33.33% para el Estado, 33.33% para el sector Privado, y 33.33% para el sector Comunitario y Alternativo; 7- Establecer la responsabilidad de las instituciones públicas en el impulso de la Comunicación Popular; y 9- Ampliar la cobertura de los Medios de Comunicación Comunitarios y Alternativos de radio y televisión, para evitar la reducción a un micro-espacio territorial. (Anteproyecto LMCACP, 2011, 6)

#### **Preferencia de la audiencia venezolana**

Para entender mejor la preferencia de la audiencia, impacto de consumo y penetración de los medios audiovisuales, se hace imprescindible analizar los datos de medición de *Share*<sup>23</sup> (cuota de pantalla) de las televisoras con mayor audiencia, entre las estatales y comerciales, sin embargo, es preciso ubicar el *Ranking* de las televisoras más vistas en Venezuela y su respectivo *Share*. Según el Informe mensual Cable Venezuela de diciembre 2013, de la Unidad de Investigación Social del MinCI, con datos aportados por AGB (gráfico 4), observamos que las televisoras comerciales nacionales: Venevisión ocupa un 8,75% de share, Televen un 6,03% de share, Globovision con 2,60% de share, con el primer, segundo y décimo puesto, respectivamente, de una lista de 100 canales vistos en el país (17,38% de share en total). Por otra parte, en el séptimo lugar encontramos al canal del Estado VTV con un 2,74% de share, en el puesto 47 a TVes con un 0,46% de share, en el puesto 58 a Telesur con 0,34%, en el puesto 60 a ANTV con un 0,34% de share y en el lugar 66 a Vive TV con un 0,26% de share, sumando en total estos medios del Estado un 4,14% de share. Los 92 puestos restantes de la lista lo ocupan medios comerciales nacionales y regionales, además de canales por suscripción internacionales (tabla III).

---

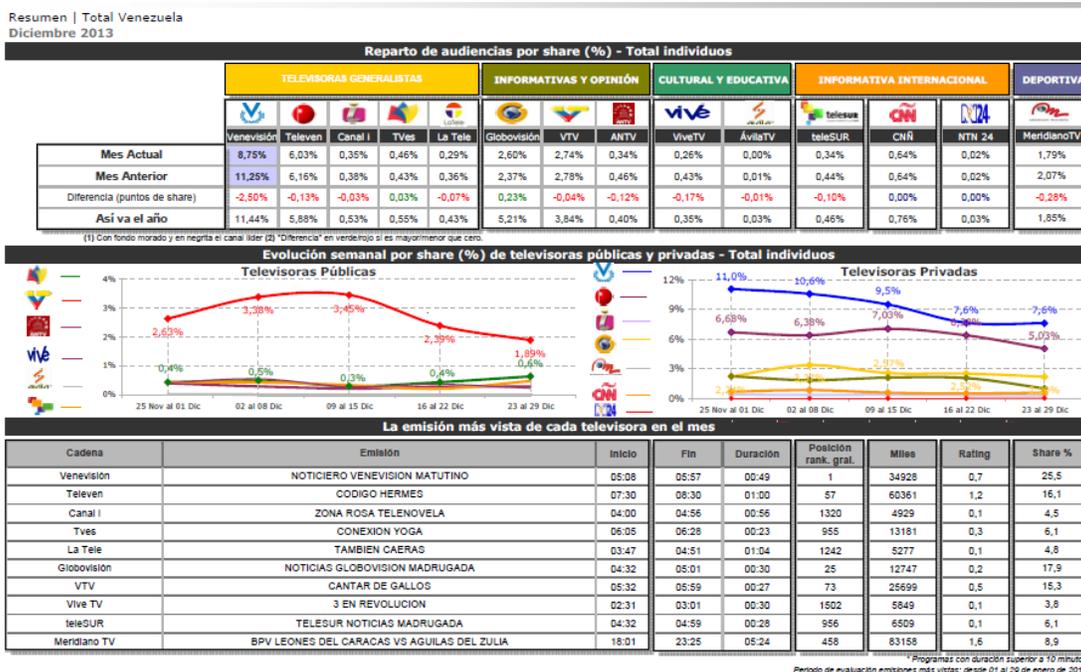
<sup>23</sup> En [Venezuela](#) un 1% de *Share* equivale a que de cada 100 [televisores](#) encendidos en país, uno está sintonizando un [programa](#) específico.

Ranking de Televisoras Cable Venezuela		
Diciembre 2013		
RK	TELEVISORA	SHR%
1	VENEVISION	8,75%
2	TELEVEN	6,03%
3	VENEVISION PLUS	4,44%
4	DISNEY CHANNEL	4,40%
5	TELEMUNDO INTERNACIONAL	4,28%
6	DISCOVERY KIDS	3,08%
7	DISNEY XD	2,82%
8	TNT	2,78%
9	VTV	2,74%
10	GLOBOVISION	2,60%
11	CARTOON NETWORK	2,15%
12	FOX	1,96%
13	NICKELODEON	1,96%
14	MERIDIANO	1,79%
15	SPACE	1,64%
16	HTV VIDEOS RITMOS LATINOS	1,50%
17	THE FILM ZONE	1,40%
18	OTHERS	1,32%
19	TLNOVELAS	1,29%
20	AXN	1,23%
21	FX	1,20%
22	GOLDEN	1,16%
23	DISCOVERY CHANNEL	1,16%
24	CANAL DE LAS ESTRELLAS	1,09%
25	TCM-C	1,04%
26	CARACOL INTERNACIONAL	1,04%
27	UNIVERSAL	0,99%
28	CINEMAX CABLE	0,86%
29	NATIONAL GEOGRAPHICS	0,81%
30	STUDIO UNIVERSAL	0,78%
31	WARNER CHANNEL	0,77%
32	ANTENA 3	0,76%
33	ID	0,72%
34	DISCOVERY HOME HEALTH	0,69%
35	HISTORY	0,67%
36	ANIMAL PLANET	0,65%
37	CNN ESP	0,64%
38	FOX LIFE	0,64%
39	AE	0,57%
40	ESPN	0,56%
41	EWITN CATHOLIC NEWS	0,54%
42	SONY ENTERTAINMENT	0,54%
43	VCR	0,53%
44	TLC	0,50%
45	MTV	0,47%
46	TVES	0,46%
47	PROMAR	0,45%
48	INFINITO	0,44%
49	MULTIPREMIER	0,43%
50	TELEVISION ESPANOLA	0,41%
51	TV FAMILIA	0,41%
52	EL GOURMET	0,40%
53	BOOMERANG	0,39%
54	ENLACE TBN	0,38%
55	CASA CLUB	0,37%
56	THE BIOGRAPHY CHANNEL	0,36%
57	CANAL 1	0,35%
58	TELESUR	0,34%
59	ESPN 2	0,34%
60	ASAMBLEA NACIONAL TV	0,34%
61	TV AZTECA	0,30%
62	LA TELE	0,29%
63	E ENTERTAINMENT	0,28%
64	NCMCBO	0,27%
65	CINELATINO	0,27%
66	VIVE TV	0,26%
67	SONY SPIN	0,26%
68	MGM	0,23%
69	TVR	0,22%
70	SUN CHANNEL	0,21%
71	FOX SPORTS	0,19%
72	COSMOPOLITAN TELEVISION	0,18%
73	VALE TV	0,16%
74	HBO OLE ESTE	0,13%
75	MOVIE CITY PREMIERE ESTE	0,13%
76	DAT TV	0,12%
77	BRASIL SBT	0,12%
78	DISCOVERY SCIENCE	0,11%
79	MOVIE CITY PREMIERE OESTE	0,09%
80	TVZ	0,09%
81	FOX SPORT3	0,09%
82	TELECOLOR	0,08%
83	GLITZ	0,07%
84	CANAL PLUS	0,06%
85	RAI	0,06%
86	V+TV	0,05%
87	COLOR TV	0,05%
88	ORINOCO TV	0,05%
89	TVS	0,05%
90	TRV	0,04%
91	TVG	0,04%
92	SOMOS TV	0,04%
93	CNN INT	0,04%
94	TV GUIA INTERCABLE	0,03%
95	TV CHILE	0,03%
96	FILMS AND ARTS	0,03%
97	VH1	0,03%
98	RITMO SON	0,03%
99	RTP PORTUGAL	0,02%
100	TELECENTRO	0,02%

Ranking de televisoras más vistas por cable en Venezuela (Tabla III)

La evolución semanal de diciembre de 2013, manifiesta un reparto de audiencias de televisoras comerciales entre el mínimo de 5,03% y el máximo de 11,00% de share, siendo Venevisión el *líder indiscutible*; mientras que en el lado de las televisoras públicas solo se alcanza un mínimo de 0,26% y el máximo de 3,45% de share (gráfico I). Durante este mes evaluado, de las 14 principales cadenas,

incluyendo públicas y comerciales además de los diferentes tipos de televisoras (generalistas, informativas y de opinión, culturales y educativas, informativas internacionales, y deportiva), el 20,43% de share (8 canales) fue de las comerciales y el 4,14% de share (6 canales) de las públicas. Según estos datos, observamos una evidente concentración de las audiencias<sup>24</sup>, específicamente en el sector comercial, por mucho esfuerzo que el Gobierno nacional haya invertido (económica y legalmente) en medios estatales o comunitarios de solo cobertura local, que no entran, ni podrían entrar, en competencia con los grandes medios.



Audiencia y Share de televisoras en Venezuela (Gráfico I)

<sup>24</sup> “La concentración de las audiencias concierne a la concentración de la cuota de mercado... Un cambio relativamente menor en la propiedad puede incrementar considerablemente la concentración de las audiencias. Un gran número de títulos independientes no limita de por sí el poder de los media ni asegura tampoco una gran capacidad de elección real, si la mayoría de la audiencia se concentra en uno o dos media... El sistema no representa una gran diversidad”. (McQuail, 2000: 259-260)

Más revelador muestra la diferencia entre las televisoras comerciales, televisoras públicas y televisoras por suscripción, el informe de AGB Panamericana de Venezuela Medición en (Weisbrot, y Ruttenberg, 2010), de acuerdo a las audiencias entre el 2000 y 2010 (tabla IV), donde se evidencia que en los diez primeros años del Periodo Bolivariano la audiencia permaneció casi intacta en sus porcentajes anuales, estando los medios comerciales entre un mínimo de 60,97% y un máximo de 85,85% de share con tendencia a la baja; los medios públicos entre un mínimo de 1,67% y un máximo de 6,72% de share con oscilación constante de audiencias; mientras que el resto le queda a los medios por suscripción que tienen un mínimo de 11 % y un máximo de 33,9% de share con tendencia al alza. Estos datos confirman que aunque exista una mayor plataforma de medios, crecimiento tecnológico, impulso de una nueva etapa regulatoria, y hasta posiblemente un cambio político ideológico (hegemonía comunicacional del Estado) y cultural, las audiencias prefieren las televisoras comerciales de larga tradición en el país y su patrón de consumo material y mediático.

Audiencia 2000-2010			
Año	Medios privados	Medios públicos	Medios de pago y otros
2000	80,79	2,04	17
2001	79,43	1,79	18,78
2002	81,25	1,67	17,08
2003	80,95	6,72	12,33
2004	85,85	2,52	11,63
2005	85,45	3,19	11,36
2006	84,86	4,14	11
2007	75,76	5,53	18,71
2008	64,93	7,14	27,71
2009	64,36	5,71	29,93
2010	60,97	5,13	33,9

Audiencia por grupos de medios en Venezuela (Tabla IV)<sup>25</sup>

## **Conclusiones**

Varias consideraciones podríamos señalar al concluir el análisis transversal sobre la premisa que desde el principio nos hemos planteado, con respecto a quién tiene el poder mediático en Venezuela y la lucha que en materia televisiva se mantiene. Se hace estrictamente necesario que desglosemos las ideas concluyentes en este estudio por bloques, de esta manera definir con mayor claridad los resultados a partir de los enunciados de diferenciación fundamentales del artículo, los cuales centraríamos en las características de: los grupos televisivos, la regularización de la estructura de mercado mediático, y las preferencias de la audiencia.

En primer lugar, desde la diversidad de tipos de televisoras, encontramos que hay dos grandes sectores con tendencias muy marcadas, económicas y política-ideológicas que dividen los grupos televisivos de acuerdo a la titularidad y propiedad en: comerciales y del Estado, llevándose las primeras casi el 80% de la audiencia, a pesar que en número sean menores que la plataforma mediática estatal. Este punto es importante, ya que se demuestra que no solo es importante el número de medios, sino las características de los mismos (calidad técnica, mensajes y contenidos atractivos), dándole un mayor público a los canales tradicionales y de larga trayectoria. Aunque, ciertamente, hay evidencia de mayor pluralidad en la oferta de medios y apertura tanto para televisoras comerciales, del Estado y comunitarias, el grupo mediático que continúa en el liderazgo, tanto en

---

<sup>25</sup> Fuente: Informe AGB Panamericana de Venezuela Medición (Weisbrot y Ruttenberg: 2010)

cantidad como en audiencia, es la corporación Cisneros y sus múltiples empresas de comunicación (Venevisión como canal abierto, la mayoría de servicios por suscripción y empresas de la industria cultural). Vale destacar que la forma de ver televisión tradicionalmente está cambiando, pues los usuarios lentamente van migrando a otras plataformas tecnológicas online impulsadas por el lanzamiento de dos satélites para telecomunicaciones del Estado<sup>26</sup> y el poder adquisitivo de los venezolanos, que ofrecen mayores alternativas, en muchos casos menos sesgadas, de información y tratamiento de los hechos<sup>27</sup>.

En segundo plano, encontramos que en el Periodo Bolivariano y la nueva etapa de regularización de los medios de comunicación, se reconoce que el Ejecutivo nacional ha sido efectivo mediante la reestructuración de todo el mercado mediático, a través de sus políticas públicas en comunicación, pues ha logrado reducir y equilibrar significativamente las concesiones tradicionalmente otorgadas a grandes conglomerados, haciendo más plural la carta mediática nacional, no obstante, aunque ha ampliado sectores como las televisoras estatales y comunitarias, no ha pasado lo mismo con los públicos de los medios del Estado. Por otra parte, indistintamente que hayan crecido en cantidad también los medios comerciales, se ha trazado un camino más sólido para los medios comunitarios y alternativos, hasta el punto de entrar en discusión en la Asamblea Nacional el proyecto de la nueva Ley para este sector (LMCACP), generando, posiblemente,

---

<sup>26</sup> Satélite VENESAT-1 Simón Bolívar (primer satélite propiedad del Estado venezolano lanzado en 2008) y satélite VRSS-1 Miranda (segundo satélite propiedad del Estado venezolano lanzado en 2012)

<sup>27</sup> Según el Instituto Nacional de Estadística de Venezuela el 93% de la población tiene televisor en casa, de los cuales el 48% televisión por cable, 31,6% ordenador y un 23,7% acceso a Internet, con tendencia al alza. (Fuente: INE,2013)

cambios radicales que suscitarían la modificación de todo el sistema mediático venezolano, tocando los intereses económicos y políticos, en especial del sector privado, pues entrarían en competencia equitativamente por lo menos en cobertura nacional (33,33% le correspondería a cada sector). Señalamos como algo interesante, que los medios comunitarios esperan tener mayor beneficio legal en cuanto a su sustentabilidad, financiamiento y publicidad, lo que generaría mayor independencia del Estado, teniendo solo como limitaciones sus valores y principios (no atentar contra los derechos humanos y cuidado al medio ambiente, no impulsar el consumismo, no publicitar medicamentos innecesarios ni negociar con publicidad engañosa, además que se prohibiría la propaganda y el proselitismo político o religioso), regidos sin distinción por las leyes y reglamentos vigentes y aplicados en la materia<sup>28</sup>.

Por último, se hace evidente que las preferencias de la audiencia están inclinadas hacia la televisión comercial y su modelo consumista, pero no sorprende pues históricamente ha sido así desde sus inicios, debido a la penetración que tuvieron las corporaciones mediáticas estadounidenses y su dominación en el mercado nacional (1BC-Broadcasting Caracas y la Organización Cisneros). La medición de *Share* entre los sectores televisivos señala que actualmente las cifras aproximadas se dividen en: televisoras comerciales 75%, televisoras del Estado 5%, y servicios de suscripción/cable 20%, lo que demuestras que a pesar de una

---

<sup>28</sup> Propuesta LMCACP, 2011:9

gran inversión social<sup>29</sup> para los medios de comunicación y la creación de toda una plataforma mediática estatal, los venezolanos prefieren ver TV comercial. Aunque exista mayor pluralidad de medios, de acuerdo a su tipo y contenido, sobre todo de televisoras del Estado, se han otorgado también más concesiones a empresas de capital privado como en ningún periodo anterior, las cuales ofrecen productos audiovisuales que llaman más la atención de los usuarios y por ende consolidan audiencias fieles a sus contenidos. Destacamos que la asociación de televisoras comerciales con ideales políticos opuestos al Gobierno nacional, y con mayoría de la preferencia de la audiencia venezolana, no tiene relación aparente con los niveles de aprobación de las políticas del Estado venezolano y resultados electorales, pero sí en el consumo de los productos materiales ofrecidas en ellas<sup>30</sup>. Para finalizar, podemos decir que a pesar del impulso e impresión pluralista de las políticas públicas por parte del Gobierno nacional casi desde el inicio del Periodo Bolivariano, mediante la ampliación del sector mediático del Estado (en el cual se asocian también los medios comunitarios como *Progobierno* por otorgarles las concesiones y en algunos casos subsidiarlos), sumando el nuevo orden regulatorio de los últimos años, además de un aparente agotamiento o cansancio después de 16 años de cambios estructurales (no tanto por los temas políticos, sino en su tratamiento, independientemente del grupo televisivo que provenga): el dominio de la televisión en Venezuela pertenece al sector privado con sus

---

<sup>29</sup> En 2013 la inversión social del Estado según el PIB se incrementó en un 27%, de lo cual para el área Cultura y Comunicación se asignaron más de 3250 millones de bolívares. (Fuente: Ministerio del poder Popular de Planificación y Finanzas, 2013)

<sup>30</sup> Los medios comerciales (asociados con la oposición venezolana) tienen más del 75% de audiencia, mientras que la aprobación de políticas de Gobierno (caso de las políticas de ofensiva económica de 2013) es de un 70% de la población venezolana. (Fuente: YVKE Mundial, 2013)

televisoras comerciales, tanto en abierto como por suscripción, contradiciendo la tesis de dominio comunicacional por parte del Gobierno Bolivariano. Por consiguiente, el poder mediático venezolano está aún, como ha sido siempre, mayormente concentrado en los grupos empresariales de capital privado, en muchos casos asociados con el sector político opositor en las últimas décadas, por su participación abierta en los intentos, democráticos y no, por instaurar otro modelo de Gobierno.

**Bibliografía:**

Badillo, A., Mastrini, G. y Marengi, P. (2012). La nueva regulación de la comunicación: estudio comparado de políticas públicas en los gobiernos de izquierda latinoamericanos.

Bisbal, M. (2009). Hegemonía y control comunicacional. Centro Gumillas, Caracas.

Brito, L. (2007). Dictadura mediática en Venezuela. (Investigación de unos medios por encima de toda sospecha). Fundación Editorial el perro y la rana. Caracas-Venezuela.

Capriles, O. (1996). Poder político y comunicación. Consejo de desarrollo científico y humanístico UCV, Anauco Ediciones, Caracas.

Fox, E. (1989). Medios de comunicación y política en América Latina. *CIC-UCA*. Caracas.

Gómez, A. (2013). Venezuela entre el Estado Comunicador y el pluralismo mediático, Instituto de Iberoamérica, Universidad de Salamanca, Salamanca.

García C., N. (1995). Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la civilización. Grijalbo, México, D.F.

Gramsci, A. (1970). Antología. Siglo XXI, México, D.F.

Hernández, D. y Reina, O. (2010). Impacto de las políticas públicas de comunicación en Venezuela: elementos para la definición de una política de información y comunicación de Estado. In Sel, S. (Ed.), Políticas de comunicación en el capitalismo contemporáneo. América Latina y sus encrucijadas. Buenos Aires: CLACSO.

Iosifidis, P. (2010). El pluralismo y la radiodifusión como servicio público en Europa. Palgrave Macmillan, Londres.

Mabel Silva Silva (Ed.). (2007). Libro blanco sobre RCTV (Ministerio del Poder Popular para la Comunicación y la Información.). Venezuela

Mastrini, G. y Becerra, M. (2006) Periodistas y magnates: estructura y concentración de las industrias culturales en América Latina. Instituto Prensa y Sociedad, Prometeo Libros, Buenos Aires.

Weisbrot, M. y Ruttenberg, T. (2010). Televisión en Venezuela: ¿quién domina los medios de comunicación? Center for Economic and Policy Research, Washington