



UNIVERSIDAD CATÓLICA ANDRÉS BELLO
FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACIÓN
ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
MENCIÓN PERIODISMO
TRABAJO DE GRADO

**UNA MIRADA A LA OFERTA PROGRAMÁTICA DE GLOBOVISIÓN,
LUEGO DE LA ENTRADA EN VIGENCIA DE LA LEY
DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EN RADIO Y TELEVISIÓN**

Trabajo de Investigación presentado por la alumna:
Karina Alejandra RODRÍGUEZ DUQUE

A la Escuela de Comunicación Social
Como un requisito parcial para obtener el título
de Licenciada en Comunicación Social

Tutor:
Andrés CAÑIZÁLEZ

Caracas, Septiembre 2008

PLANILLA DE EVALUACIÓN

Fecha: _____

Escuela de Comunicación Social

Universidad Católica Andrés Bello

En nuestro carácter de Jurado Examinador del Trabajo de Grado titulado *Una mirada a la oferta programática de Globovisión, luego de la entrada en vigencia de la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión* realizado por la estudiante:

Nombre y apellido	Expediente	Mención
Karina Alejandra Rodríguez Duque	115502	Periodismo

que le permite optar al título de Licenciada en Comunicación Social de la Universidad Católica Andrés Bello, dejamos constancia de que una vez revisado el mencionado trabajo y sometido éste a presentación y defensa públicas, se le otorga la siguiente calificación:

Calificación Final:

En números _____

En letras _____

Observaciones _____

Presidente del Jurado

Tutor

Jurado

*A los tres pilares de mi existencia,
Marino, Josefina y Borys,
por acompañarme en cada uno de mis pasos .*

AGRADECIMIENTOS

A la primera persona que debo agradecer por su contribución en la realización de este Trabajo de Grado es a mi mamá, quien sufrió y padeció cada uno de mis colapsos nerviosos, los cuales se hicieron más intensos y repetitivos en la fase de mi vida que yo denomino “Tesis”. Esto me lleva a reconocer el apoyo de mi papá, ya que sin su ayuda hubiera sido imposible culminar a tiempo este estudio. Gracias papá por limpiar mi computadora de toda suerte de intrusos informáticos que amenazaron con destruir el esfuerzo de meses.

También debo hablar de mi tutor, quien guió mi tránsito por el intrincado universo de la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión y el análisis de programación televisiva. A él debo agradecer por sus palabras de aliento y por el interés que demostró en esta investigación.

Además, agradezco el soporte de los profesores Jorge Ezenarro y Carlos Eduardo Ramírez, quienes aceptaron con gusto brindar su asesoría.

Por último, debo reconocer la paciencia de mi novio, quien en semanas sólo pudo verme a través de fotografías.

A todos, infinitas gracias por su respaldo.

ÍNDICE GENERAL

Introducción	13
Capítulo I. Historia y contexto	17
La televisión temática o especializada	17
Los canales temáticos informativos: CNN, promotor del concepto 24 horas de información	18
La televisión generalista vs. los canales especializados en noticias	20
La programación televisiva bajo el concepto 24 horas de información: ¿abordaje de un solo género?.....	21
Globovisión, el primer canal venezolano especializado en noticias	23
Los medios radioeléctricos y las regulaciones históricas a sus contenidos	26
Capítulo II. La Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión	32
Breve historia del instrumento jurídico	32
Regulaciones a los contenidos	36
La polémica sobre las restricciones a la libertad de expresión	43
Algunas consideraciones sobre la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión	46
Objeciones a la LRSRT: recursos interpuestos ante el Tribunal Supremo de Justicia	57
Postura Jurídica de Globovisión frente a la Ley	59
Un cambio de proceder obligatorio	66
Capítulo III. Objetivos y Características metodológicas	69
Los objetivos	69
Naturaleza de la investigación	69
Modalidad de tesis	70

Investigación documental	71
Arqueo documental	71
Referencias bibliográficas	72
Tesis de grado	75
Procesamiento de los datos	75
Capítulo IV. Desarrollo de la investigación	76
Ficha de identidad del medio	76
Muestra	79
Método de análisis	81
Componentes de la programación	82
Instrumentos	82
Ficha de estructura de la programación	83
Ficha de programas	86
Unidades de medición	95
Recolección de los datos	96
Validación del instrumento por expertos	100
Capítulo V. Análisis y discusión de resultados	101
Conclusiones y recomendaciones	168
Bibliografía	175
Anexos	180

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Ficha de identidad del medio	76
Tabla 2. Categoría e indicadores: Tipo de componente	83
Tabla 3 Categoría e indicadores: Nombre del segmento	85
Tabla 4. Categoría e indicadores: Hora de transmisión	85
Tabla 5. Categoría e indicadores: Duración	86
Tabla 6. Categoría e indicadores: Nombre del programa	86
Tabla 7. Categoría e indicadores: Duración de los programas	87
Tabla 8. Categoría e indicadores: Bandas horarias	87
Tabla 9. Categoría e indicadores: Público destino	88
Tabla 10. Categoría e indicadores: Origen	89
Tabla 11. Categoría e indicadores: Función	90
Tabla 12. Categoría, indicadores y clasificación: Géneros	91
Tabla 13. Instrumento de recolección de datos: estructura de programación	98
Tabla 14. Instrumento de recolección de datos: programas	99
Tabla 15. Tiempo total dedicado a la programación en cada día y año	101
Tabla 16. Distribución de componentes de la oferta programática en función del tiempo total de emisiones 26-03-2004	102
Tabla 17. Distribución de componentes de la oferta programática en función del tiempo total de emisiones 28-03-2004	103
Tabla 18. Distribución de componentes de la oferta programática en función del tiempo total de emisiones 21-03-2007	103

Tabla 19. Distribución de componentes de la oferta programática en función del tiempo total de emisiones 24-03-2007	104
Tabla 20. Distribución de componentes de la oferta programática en función del tiempo total de emisiones en cada año	106
Tabla 21. Número de programas y tiempo de emisiones en cada día y año	106
Tabla 22. Distribución del tiempo de emisiones de los programas 03-2004	108
Tabla 23. Distribución del tiempo de emisiones de los programas 03-2007	109
Tabla 24. Número de programas y tiempo de emisiones por bandas en cada año ...	111
Tabla 25. Número de programas y tiempo de emisiones según el público en cada año	114
Tabla 26. Número de programas y tiempo de emisiones según el origen en cada año	117
Tabla 27. Número de programas y tiempo de emisiones según la función en cada año	119
Tabla 28. Número de programas y tiempo de emisiones según el género en cada año.....	121
Tabla 29. Número de programas y tiempo de emisiones por subgéneros informativos y de opinión en cada año	124
Tabla 30. Número de programas y tiempo de emisiones por subgéneros de magazín en cada año	127
Tabla 31. Número de programas y tiempo de emisiones por subgéneros de documental en cada año	128
Tabla 32. Bandas y público 03-2004	130
Tabla 33. Bandas y público 03-2007	131
Tabla 34. Bandas y origen 03-2004	132

Tabla 35. Bandas y origen 03-2007	133
Tabla 36. Bandas y función 03-2004	135
Tabla 37. Bandas y función 03-2007	135
Tabla 38. Bandas y Géneros 03-2004	137
Tabla 39. Bandas y Géneros 03-2007	138
Tabla 40. Bandas y Subgéneros Informativos y de opinión 03-2004	141
Tabla 41. Bandas y Subgéneros Informativos y de opinión 03-2007	141
Tabla 42. Bandas y Subgéneros de magazín 03-2004	142
Tabla 43. Bandas y Subgéneros de magazín 03-2007	143
Tabla 44. Bandas y Subgéneros de documental 03-2007	144
Tabla 45. Público y origen 03-2004	145
Tabla 46. Público y origen 03-2007	146
Tabla 47. Público y función 03-2004	146
Tabla 48. Público y función 03-2007.....	147
Tabla 49. Público y géneros 03-2004	148
Tabla 50. Público y géneros 03-2007	148
Tabla 51. Público y subgéneros informativos y de opinión 03-2004	150
Tabla 52. Público y subgéneros informativos y de opinión 03-2007	150
Tabla 53. Público y subgéneros de magazín 03-2004	151
Tabla 54. Público y subgéneros de magazín 03-2007.....	152
Tabla 55. Público y subgéneros de documental 03-2007	152
Tabla 56. Origen y función 03-2004	153
Tabla 57. Origen y función 03-2007	154

Tabla 58. Origen y géneros 03-2004	155
Tabla 59. Origen y géneros 03-2007	156
Tabla 60. Origen y subgéneros informativos y de opinión 03-2004	158
Tabla 61. Origen y subgéneros informativos y de opinión 03-2007	158
Tabla 62. Origen y subgéneros de magazín 03-2004	159
Tabla 63. Origen y subgéneros de magazín 03-2007	160
Tabla 64. Origen y subgéneros de documental 03-2007	160
Tabla 65. Función y géneros 03-2004	161
Tabla 66. Función y géneros 03-2007	162
Tabla 67. Función y subgéneros informativos y de opinión 03-2004	165
Tabla 68. Función y subgéneros informativos y de opinión 03-2007	165
Tabla 69. Función y subgéneros de magazín 03-2004	166
Tabla 70. Función y subgéneros de magazín 03-2007	167
Tabla 71. Función y subgéneros de documental 03-2007	167

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Distribución del tiempo de emisiones de los programas según las bandas horarias 03-2004	110
Gráfico 2. Distribución del tiempo de emisiones de los programas según las bandas horarias 03-2007	111
Gráfico 3. Distribución del tiempo de emisiones de los programas según su público 03-2004	112
Gráfico 4. Distribución del tiempo de emisiones de los programas según su público 03-2007	113
Gráfico 5. Distribución del tiempo de emisiones de los programas según su origen 03-2004	115
Gráfico 6. Distribución del tiempo de emisiones de los programas según su origen 03-2007	116
Gráfico 7. Distribución del tiempo de emisiones de los programas según su función 03-2004	117
Gráfico 8. Distribución del tiempo de emisiones de los programas según su función 03-2007	118
Gráfico 9. Distribución del tiempo de emisiones de los programas según su género 03-2004	120
Gráfico 10. Distribución del tiempo de emisiones de los programas según su género 03-2007	120
Gráfico 11. Distribución del tiempo de emisiones de los programas según subgéneros informativos y de opinión 03-2004	122
Gráfico 12. Distribución del tiempo de emisiones de los programas según subgéneros informativos y de opinión 03-2007	123
Gráfico 13. Distribución del tiempo de emisiones de los programas según subgéneros de magazín 03-2004	125

Gráfico 14. Distribución del tiempo de emisiones de los programas según subgéneros de magazín 03-2007	126
Gráfico 15. Distribución del tiempo de emisiones de los programas según subgéneros de documental 03-2007	127
Gráfico 16. Distribución del tiempo de emisiones de los programas según subgéneros 03-2004	129
Gráfico 17. Distribución del tiempo de emisiones de los programas según subgéneros 03-2007	129

INTRODUCCIÓN

Desde sus inicios en diciembre de 1994, Globovisión se ha perfilado como un canal 24 horas de información. Su meta ha sido convertirse en la referencia informativa de Venezuela y el mundo, más allá de ser el primer canal de noticias surgido en el país (Globovisión, s.f., Misión y Visión).

En el camino para alcanzar sus objetivos, el medio se ha tropezado con algunos obstáculos. Uno de ellos surge el 7 de diciembre de 2004, día en que se publica la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión en Gaceta Oficial N° 38.081, con el fin de regular los contenidos de los medios audiovisuales, cuya difusión y recepción se realice en la República Bolivariana de Venezuela. Según se expresa en el artículo 1º, el objeto primordial del texto legal es “establecer, en la difusión y recepción de mensajes, la responsabilidad social de los prestadores de los servicios de radio y televisión, los anunciantes, los productores nacionales independientes y los usuarios y usuarias (...)” (Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión [LRSRT], 2004). Todo esto con la pretensión, según se indica, de contribuir con la formación ciudadana, la cultura, la educación y el desarrollo económico y social de la nación, entre otros aspectos.

Para cumplir con la norma, todos los medios del espectro radioeléctrico tuvieron que generar programas destinados a niños y adolescentes, así como incluir en su parrilla de programación producciones nacionales independientes para transmitir en horario Todo Usuario (de 7am a 7pm) y Supervisado (de 5am a 7am y de 7pm a 11pm). Adicionalmente, los canales y emisoras tuvieron que adecuar los contenidos de sus transmisiones a los elementos de lenguaje, salud, sexo y violencia recomendados por la legislación según el bloque horario.

La ley no hizo ninguna excepción que excluyera de este compromiso a los medios especializados. Incluso Globovisión, un canal segmentado y dedicado a la

producción de noticias, tuvo que acatar las disposiciones legales e incluir programas de difícil adaptación a la temática general del canal.

Pero además, desde la implementación de la normativa, el medio está obligado a restringir la transmisión de mensajes en horario Todo Usuario y Supervisado cuando detecte la presencia de imágenes o sonidos que no puedan ser observados por el público de todas las edades. Como plantean Margarita Escudero León y Ana Cristina Núñez Machado en el documento *Comentarios críticos a la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión* (2006, p. 229-230):

Esta regulación impide, por ejemplo, (...) que de 5 a.m. a 11 p.m. se transmita alguna noticia, película o programa con alguna imagen o descripción gráfica de agresiones, insultos y en general cualquier contenido que se considere que muestre violencia explícita detallada.

Los motivos expuestos hasta ahora han motivado la presente investigación, que tiene por objeto identificar y describir los cambios que ha sobrellevado la programación del canal de noticias Globovisión, luego de la aplicación de la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión. Tal cuestión implica la elaboración de un análisis comparativo que permita diferenciar la televisión que antes se producía, de la que se genera a partir de la puesta en práctica de la LRSRT.

El estudio permitirá enumerar las modificaciones percibidas en la oferta programática del canal de noticias, especialmente en lo relacionado con el componente programas, así como identificar si estos cambios han generado contradicciones en la segmentación temática del canal.

Sobre el texto legal se han escrito principalmente ensayos que abordan de manera crítica las regulaciones impuestas a los prestadores de servicios de radio y televisión, en los que se cuestiona, sobre todo, si el motivo que realmente impulsa la norma parte de un interés por proteger a la infancia o si es un instrumento jurídico para limitar la libertad de expresión.

Por otra parte, el abogado Asdrúbal Aguiar, junto a un equipo de intelectuales, ha compilado a manera de libro una serie de escritos en los que se debate sobre las

implicaciones del reglamento. Pero además, para realizar el estudio se han consultado Tesis de Grado sobre programación televisiva que han servido como orientación metodológica.

La muestra a utilizar en la investigación quedó conformada por la programación difundida durante los días 26 y 28 de marzo de 2004, así como por los días 21 y 24 de marzo de 2007. Considerando que en horas de la madrugada el canal de noticias repite algunos programas transmitidos durante el día, se decidió estudiar cada una de las fechas mencionadas en el horario comprendido entre el inicio del programa más cercano a las 5 de la mañana y el final del Himno Nacional transmitido a las 12 de la noche.

Posteriormente, se aplicaron dos matrices de análisis. La primera permitió identificar la estructura de la programación y los componentes que la integran, mientras que la segunda matriz de análisis permitió clasificar los programas transmitidos en cada etapa de acuerdo a aspectos como origen de las piezas audiovisuales, público al que van dirigidas, géneros y función de la comunicación que desempeñan, entre otros aspectos que tienen una relación directa con las disposiciones contempladas en la ley. Una vez creadas estas categorías de análisis y vaciada la información en la matriz, se procedió a comparar ambos períodos.

La investigación se organizó en cinco partes. El primer capítulo contiene algunas consideraciones teóricas relativas a la estructuración de la oferta televisiva, así como una breve historia del primer canal venezolano especializado en noticias: Globovisión. Esta sección también incluye una reseña sobre las regulaciones impuestas en la historia del país a los contenidos de los medios audiovisuales.

El segundo capítulo, destinado al marco legal, contiene un análisis de los artículos de la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión más significativos para este trabajo y coloca en contexto la polémica surgida con respecto al texto jurídico. Desde las consideraciones de Globovisión, hasta argumentos esgrimidos por juristas y comunicadores sociales pueden encontrarse en el presente estudio. Entre otras cuestiones, en el capítulo aparece un breve recuento de los

recursos de nulidad por inconstitucionalidad, introducidos ante el Tribunal Supremo de Justicia por distintos sectores de la sociedad, además de una reseña de los cambios que ha dado Globovisión para adaptarse a las regulaciones.

En los capítulos III y IV se explica la metodología empleada para obtener los resultados de la investigación y se describen los instrumentos de recolección de datos, así como el modo de obtención y procesamiento de las matrices.

En tanto, el quinto apartado se dedica exclusivamente a presentar los hallazgos del estudio, en los que se explica con detalle cuáles han sido los cambios experimentados por Globovisión en su repertorio programático. Finalmente se exponen las conclusiones y se hacen algunas recomendaciones para la elaboración de otros estudios.

CAPÍTULO I. HISTORIA Y CONTEXTO

LA TELEVISIÓN TEMÁTICA O ESPECIALIZADA

En sus inicios, la televisión colocaba a disposición de los espectadores una gama amplia de programas pertenecientes a los más diversos géneros, con el fin de captar a distintos públicos en distintos horarios. Sin embargo, en la década de los 80 surgen tres canales que apostaron por una televisión diferente, en la que se especializaran los contenidos. Así nació MTV, un canal destinado a la difusión de 24 horas de música; Discovery Channel, dedicado 24 horas a los documentales; y CNN, caracterizado por transmitir 24 horas de contenidos informativos (Lemke, 2002, p.15).

Como se puede observar, los canales temáticos tuvieron su origen en los servicios de televisión de pago. Así lo indica Bernardino Herrera, quien dice que “las opciones por suscripción han ido adaptándose a las exigencias de públicos cada vez más segregados por múltiples criterios: por edad, por ideologías (políticas, culturales, religiosas), y sobre todo, por géneros” (2004, p.28).

Los canales temáticos vinieron a cambiar el panorama de la televisión, que desde sus inicios llenó su parrilla de programación con espacios variados y dirigidos a distintas audiencias.

Soledad Ruano López, en *La TV: ¿Un espacio estratégico para el desarrollo de una región?*, explica:

En la televisión temática los contenidos son para públicos específicos, tratando de atender a unas audiencias cada día más segmentadas que reclaman otros tipos de contenidos más especializados, junto a la búsqueda de una mayor rentabilidad social. Los contenidos se distribuyen con mayor coherencia y especialización (2007, p.27).

Los medios temáticos tratan de diferenciarse de los generalistas, con la finalidad de captar auditorios definidos y satisfacer necesidades informativas específicas. “El objetivo del canal ya no es conseguir la máxima audiencia sin más, sino una audiencia satisfecha con la programación” (Ruano, 2007, p.28). De esta forma surgen canales especializados en géneros como deportes, noticias, documentales, cine, series, telenovelas, entre otros.

Cabe destacar que este tipo de canales, si bien en principio sólo se encontraban en servicios por suscripción, luego llegaron a la televisión abierta. Por esa razón, “en Venezuela, desde mediados de los años 90, la TV especializada tiene en canales como Globovisión (...) Meridiano TV y Vale TV, sus más exitosos ejemplos” (Herrera, 2004, p.28).

En 2007, la lista de canales temáticos en Venezuela perdió a uno de sus representantes, pero obtuvo otro. El canal de música, Puma TV, dejó de existir para dar paso a través de su señal a una nueva televisora especializada en noticias denominada Canal-i, que entra en el mercado informativo para competir con Globovisión.

LOS CANALES TEMÁTICOS INFORMATIVOS: CNN, PROMOTOR DEL CONCEPTO 24 HORAS DE INFORMACIÓN

Cable News Network (CNN), creado por Ted Turner en 1980, fue la primera estación de noticias 24 horas del mundo, por lo que sirvió de inspiración para muchos otros canales que quisieron seguir sus pasos. En la actualidad es considerada como la más importante red de emisoras de televisión destinadas exclusivamente a la transmisión de noticias (Fundación Príncipe de Asturias, 1997, Cable News Network).

Sin embargo, “en 1990, la creación 24-horas-al-día de Ted Turner se convirtió en la principal fuente de noticias de última hora” (The Museum of Broadcast Communications, s.f., Cable News Network).

Presente en la casi totalidad de los países del planeta, bien a través del cable o de las emisiones por medio de sus propios satélites, el grupo CNN lo componen seis compañías (CNN, CNN Internacional, CNN Headlines News, CNN Financial News, CNN/Sports Illustrated y (...) CNN en español), además de otras emisoras menores, participaciones en cadenas de televisión de otros países, tres servidores de World Wide Web (WWW) en Internet, dos cadenas de radio y una agencia de colaboraciones periodísticas (CNN Newsource) (Fundación Príncipe de Asturias, 1997, Cable News Network).

La aparición de CNN no fue algo casual. Y es que en esa tendencia de los canales a convertirse cada vez más en medios especializados no podía faltar la aparición de las televisoras de noticias. “Existe necesariamente un público deseoso y necesitado de disponer de un medio que le permita acceder las 24 horas del día a la información nacional e internacional” (Núñez, Escudero, Espina y Herrera, 2006, p. 78). Por esa razón, “aparecieron (...) canales de televisión como ‘CNN’ o el ‘BBC News 24 Channel’” (Núñez y cols., 2006, p. 78).

El hecho de que fuera un medio meramente informativo fue lo que le permitió, en 1991, ser la única red de televisión que transmitió en vivo desde un principio la operación militar Tormenta del Desierto (Lemke, 2002, p. 17). “CNN cumplió con reportar todo lo que los militares permitieron desde el primer bombardeo de la ciudad de Bagdad, hasta el ataque relámpago de los tanques que puso fin al conflicto” (Lemke, 2002, p. 17).

Como afirma Karin Lemke en su trabajo de grado denominado *Estudio descriptivo de un canal temático especializado: caso Globovisión*, “sin importar la variedad de noticias, el prestigio de CNN nunca detuvo su aumento, se convirtió en

un componente básico de cómo el nuevo mundo globalizado se comunicaba” (2002, p.17).

En la actualidad, CNN todavía es considerado como “el canal que cambió la historia de la televisión” (Lemke, 2002, p. 17).

LA TELEVISIÓN GENERALISTA VS. LOS CANALES ESPECIALIZADOS EN NOTICIAS

Los canales de variedades o generalistas son aquellos que están dirigidos a un público masivo e indiferenciado y que tienen por finalidad conseguir el mayor número de espectadores en todo momento. Así lo explica Soledad Ruano en su ensayo *La TV: ¿Un espacio estratégico para el desarrollo de una región?* (2007, p. 27).

Las parrillas de programación de este tipo de televisoras se organizan de acuerdo al público existente en cada franja horaria (Ruano, 2007, p.27). Por esa razón, transmiten programas de diverso tipo con el objeto de captar distintos auditorios. En estos canales puede observarse desde información noticiosa hasta programas de espectáculos.

Se diferencian de los canales temáticos, que van dirigidos a un público específico, por el tipo de información que divulgan a través del espectro radioeléctrico.

En el caso de los canales de noticias, se habla de medios especializados que se dedican a informar sobre los acontecimientos de actualidad que suceden dentro o fuera del país. Este tipo de televisoras, se valen principalmente de los géneros informativos audiovisuales—que han sido definidos por autores como Mariano Cebrián Herreros en su libro *Información Televisiva: mediaciones, contenidos, expresión y programación* (1998, p.243-252)— para construir su oferta programática. Entre ellos se incluye la noticia, el reportaje, la entrevista, la crónica, entre otros.

LA PROGRAMACIÓN TELEVISIVA BAJO EL CONCEPTO 24 HORAS DE INFORMACIÓN: ¿ABORDAJE DE UN SOLO GÉNERO?

Una vez establecidas conceptualmente las diferencias entre los canales generalistas y los temáticos, específicamente los dedicados a la transmisión de información noticiosa, cabe puntualizar los contrastes que existen entre la programación que transmite cada uno.

Según comenta Mariano Cebrián Herreros en *Introducción al lenguaje de la Televisión (1986)*, la programación puede definirse como “una estructura (...) en la que un conjunto de programas están unidos o vinculados, de alguna forma, unos con otros con un ritmo y unas leyes específicas” (En Alvaray, Arenas & Tkachenko, 1992, p.27). Por otra parte, Alvaray, Arenas y Tkachenko se refieren a ella como un “conjunto de piezas audiovisuales que se estructuran entre sí para conformar el repertorio ofrecido por la televisión” (2002, p.27).

Tradicionalmente, el medio audiovisual había ofrecido una programación variada, en la que no sólo se tenía acceso a información de carácter noticioso, sino también a series, telenovelas, dibujos animados, programas infantiles, películas, entre otros formatos televisivos.

Distintos autores han tratado de clasificar en categorías analíticas los distintos programas que se transmiten en la pantalla chica. Diego Portales en *La contribución democrática de la televisión (1987)* define una matriz con 5 grandes géneros: documental, informativo, magazín, espectáculo y argumental.

El género documental se “caracteriza por entregar información altamente contextualizada, generalmente sobre realidades cuyo perfil está bastante decantado o, en el caso de los documentales de actualidad, colocando los hechos en una perspectiva de estructuras y procesos de tiempo más largo”. En este tipo de formatos televisivos se ubican los programas educativos, geográficos, históricos, científicos y culturales (Portales, 1987, p.87).

En segundo lugar, Portales (1987) menciona el género informativo, relacionado con la transmisión de noticias sobre la coyuntura nacional o internacional. Contempla los discursos —es decir, la intervención directa en la pantalla de actores políticos o sociales que se dirigen al público—, las entrevistas, los foros, los noticieros y los reportajes.

Por otra parte, el magazín apunta a los diversos aspectos de la vida cotidiana de las personas y su origen se encuentra en las revistas especializadas dirigidas a mujeres y jóvenes. En este género se encuentran las misceláneas infantiles, las destinadas a públicos femeninos, las de actualidad, los comentarios culturales y los comentarios religiosos (Portales, 1987, p.88).

En el género espectáculos se ubican los programas de concursos, los espectáculos deportivos, los espectáculos de variedades, los espectáculos musicales y la video-música (Portales, 1987, p.88).

En quinto lugar está el género argumental, conformado por los dibujos animados, los teledramas o seriales (telenovelas), las series de televisión, el cine y la publicidad. Se llama así porque requiere de la actuación de los distintos personajes en torno a un guión definido (Portales, 1987, p.89).

Siguiendo la clasificación de Portales, puede decirse que los canales de noticias abordan un solo género, el informativo. Sin embargo, una vez que se analiza con detenimiento el caso, se llega a la conclusión de que éstos contienen una pequeña proporción de programas que no necesariamente se enmarcan en esa clasificación. Por ejemplo, los documentales pueden ser parte complementaria en la programación de una televisora especializada en información, a pesar de que en ellas nunca se observará el género argumental.

De manera que, si bien los medios de noticias se caracterizan por tener una oferta televisiva bien definida, en ocasiones pueden acudir a otros géneros audiovisuales que no siempre se alejan del todo de su objetivo.

GLOBOVISIÓN, EL PRIMER CANAL VENEZOLANO ESPECIALIZADO EN NOTICIAS

Venezuela fue uno de esos países en los que la televisión especializada tardó en posicionarse. Sin embargo, sirvió de sede a un fenómeno poco usual en el mundo: el nacimiento de la televisión temática en señal abierta. Globovisión se convirtió en el primer canal de noticias del país, pero también, en el primer medio audiovisual que apostó por los contenidos especializados.

La historia de Globovisión data de 1991, época en que el Estado venezolano estaba otorgando concesiones en la banda UHF. El 25 de noviembre de ese año, procedió la petición realizada por Guillermo Zuloaga, Alberto Federico Ravell y Luis Teófilo Núñez, en la cual los empresarios solicitaban una licencia para utilizar un canal del espectro radioeléctrico (Globovisión, Departamento de Relaciones Institucionales, p.1).

Según relata Alberto Federico Ravell, desde el momento en que decidieron montar el canal de televisión buscaron un nicho de mercado y se percataron de que el único que estaba libre era el relacionado con las noticias (En Lemke, 2002, p. 23).

Desde ese momento, arranca el proyecto del canal, que en sus inicios se llamaría Unitel. Se realizaron análisis de factibilidad y de costos con el objeto de materializar un sueño: la creación del primer canal temático venezolano dedicado las 24 horas del día a la transmisión de noticias y que, en consecuencia, estaría dirigido a un público adulto.

La idea de crear un canal informativo también estuvo inspirada en el concepto de canales temáticos que se gestó en Estados Unidos durante las últimas décadas del siglo XX.

Las dificultades económicas surgidas durante 1992 y 1993 retrasaron el inicio de transmisiones del canal. Como explica Guillermo Zuloaga, “en el año 93, gana las elecciones el presidente Caldera, la economía se viene al suelo, viene la crisis

financiera y no era el momento preciso para arrancar el canal, entonces lo dejamos más o menos en un estado de descanso” (En Lemke, 2002, p.24).

El 1º de diciembre de 1994, los venezolanos vieron por primera vez en pantalla la señal de Globovisión, a través del canal 33. Hasta que no se adquirieron todos los equipos de transmisión y se establecieron las negociaciones para adquirir la sede del canal en la Alta Florida, el proyecto no pudo arrancar.

De acuerdo a Karin Lemke, en *Estudio descriptivo de un canal temático especializado: caso Globovisión Tele, C.A.*, “para 1995, se contaba con un pequeño master donde se captaba la señal vía satélite que llenaba las transmisiones, pero aún no existía una programación nacional, lo cual era necesario y en lo cual se pusieron a trabajar” (2002, p.24).

Poco a poco, Globovisión fue introduciendo programación nacional como Grado 33, Primera Página y un noticiero que se realizaba de forma muy rudimentaria, hasta llegar a la programación con que cuenta hoy en día.

Ese mismo año, la señal de Globovisión se expande, llegando a la ciudad de Maracaibo; así nace Telecolor Red Globovisión canal 41 (...) En junio de 1996, Globovisión inicia la transmisión de su propio noticiero con tres rondas al día. En el 97, el canal inaugura la señal abierta en Valencia, a través del canal 21. Así mismo, se hace acreedor del Premio Publicidad y Mercadeo como mejor canal de televisión del año (Lemke, 2002, p.25).

En 1998, la televisora alcanza cobertura total en el Estado Zulia, gracias a la inauguración de una nueva torre de transmisiones en Maracaibo. Pero además agrega a la Red Globovisión a canales como TV Guayana, TV Los Llanos y RCN de Colombia (Globovisión, Departamento de Relaciones Institucionales, p. 8).

Un año después, en 1999, Globovisión obtiene el Premio Nacional de Periodismo, realiza el lanzamiento de su sitio en Internet www.globovision.com y ejecuta una alianza estratégica con Promar, que le permite transmitir su señal en los Estados Lara, Yaracuy, Cojedes, Portuguesa y Barinas. Según se puede leer en la

Historia de Globovisión, escrita por el departamento de Relaciones Institucionales, en este año el canal deja de ser dependiente de la programación extranjera y empieza a producir cerca del 90% de su programación.

Por medio de un estudio realizado en el año 2000, en una labor conjunta con las empresas ARS Publicidad, Mercanálisis y AGB Panamericana, Globovisión logra definir su público objetivo, conformado por hombres y mujeres de las clases socioeconómicas A, B, C y D, mayores de 25 años de edad (Globovisión, Departamento de Relaciones Institucionales, p.10).

Desde su inauguración, este medio de comunicación ha llenado un vacío informativo que existía en el país. Durante todo el día, Globovisión se ha perfilado como un canal de información, cuya columna vertebral está conformada por la noticia. En sus inicios la meta fue hacer un periodismo equilibrado, donde estuvieran todos los puntos de la noticia, además de brindar la información en el momento de los hechos sin que importara el horario (Globovisión, Departamento de Relaciones Institucionales, p. 5).

Tal y como explicaba Alberto Federico Ravell en una entrevista realizada por la revista P&M en el año 2001 (En Lemke, 2002, p. 27):

Globovisión vino a brindarles a los televidentes la oportunidad de enterarse de los que pasa en Venezuela y el mundo, en los momentos en que está ocurriendo. Anteriormente, había que esperar hasta las once de la noche para saber lo que había sucedido; hoy en día nuestras alianzas nacionales e internacionales nos permiten difundir un evento utilizando la misma señal que se transmite en el lugar de origen.

Entre las metas a futuro, el canal tiene la aspiración de seguir creciendo a través de señal abierta, ya que en la actualidad sólo llega de manera gratuita a Caracas y Valencia. Sin embargo, Globovisión puede verse en distintos estados del país, a través de una asociación estratégica que tiene con Directv y con aliados en las

principales ciudades del interior como TAM, Sol TV, TV Los Llanos y con señales comunitarias en Altagracia de Orituco, Macuro y Santa Elena de Uairén.

En la actualidad, Globovisión se define como la referencia informativa de Venezuela y el mundo, porque además de ser el primero en transmitir información las 24 horas del día, ha logrado llevar al público televidente los detalles del acontecer nacional e internacional a través de sus noticieros de emisiones diarias continuas.

LOS MEDIOS RADIOELÉCTRICOS Y LAS REGULACIONES HISTÓRICAS A SUS CONTENIDOS

En la historia de Venezuela, el Estado ha hecho varios intentos por regular los contenidos de los medios radioeléctricos. Si bien, como indica Antonio Pasquali en *La Comunicación Cercenada: el caso Venezuela*, el país “ingresa a la última década del siglo [XX] con una legislación en comunicación ya obsoleta, incoherente y lagunosa (sus textos datan de comienzos de los cuarenta); sin una política de comunicaciones, luego sin una institución pública encargada de ejecutarla” (1990, p.14).

Alvaray, Arenas y Tkachenko (1992, p. 56), en *La oferta de la televisión venezolana: estudio de un día de programación en 13 televisoras*, explican que los medios de comunicación en Venezuela se han desarrollado más rápidamente que las normas jurídicas que han tenido por objeto regularlos.

En lo que se refiere a políticas de comunicación, y a pesar de la importancia de los distintos medios en la vida nacional, ninguno de los planes de la nación contempló lineamientos o pautas para el desarrollo del sector comunicación hasta 1976. El V Plan de la Nación, fue el primer documento en el que se dieron algunas orientaciones para el desarrollo de los medios de comunicación y las funciones que éstos deberían cumplir, en forma general. Luego, en los Planes VI y VII también se trató la comunicación como un sector

autónomo, y se contempló de la misma manera dentro de las propuestas para el VIII Plan (Alvaray y cols., 1992, p. 56).

Las empresas que poseían concesiones para explotar el espectro radioeléctrico se regían hasta entonces por el Reglamento de Radiocomunicaciones, aprobado en 1941 y reformado de manera parcial en febrero de 1984. Alvaray y cols. (1992, p. 56). manifiestan que este instrumento jurídico fue la base para el desarrollo de las comunicaciones en la nación, a pesar de que dedicaba solamente “tres artículos al medio televisivo, redactados en un momento cuando aún no existía televisión en Venezuela”.

En este reglamento ya se imponía la obligación a los medios de transmitir gratuitamente los mensajes del presidente y sus ministros, así como boletines con informaciones oficiales (Art. 69). Además imponía que las transmisiones se realizaran en idioma castellano (Art. 44) y prohibía, entre otras cosas, la propaganda que perturbara el orden público, igual que los mensajes que incitaran a la rebelión e irrespeto a las instituciones (Reglamento de Radiocomunicaciones, decretos y resoluciones adicionales, 1984, p.15-20).

Adicionalmente, los prestadores de servicios de radio y televisión estaban sujetos a las restricciones impuestas por las resoluciones y decretos que eran eliminados o reformulados según el criterio del gobierno de turno y que, en algunos casos, no hacían más que repetir lo que decían las normas dictadas anteriormente (Alvaray y cols., 1992, p. 56).

Los medios radioeléctricos debían orientarse por las pautas dictadas desde el Ministerio de Comunicaciones –luego denominado Ministerio de Transporte y Comunicaciones (MTC) –, al tiempo que debían cumplir con lo establecido en el Reglamento y su reforma.

Según comentan Alvaray y cols. (1992, p.56) “en 1967, por medio de la resolución 1.520, se hizo el primer intento por regular los horarios de transmisión de los programas”.

Sobre este aspecto se profundizaría en la Resolución N° 3.178, de fecha 1° de noviembre de 1972, en la que el ministro de Comunicaciones, Enrique Bustamante Luciani, estableció normas para regular el contenido y horario de las transmisiones de radio y televisión. El artículo 4 del documento establecía que en las transmisiones de los medios debían prevalecer los programas artísticos y culturales (En Reglamento de Radiocomunicaciones, decretos y resoluciones adicionales, 1984, p.53).

El texto legal obligaba a las estaciones de radiodifusión a divulgar un mínimo de quince (15) horas a la semana de programas culturales, informativos y de orientación social (art. 12); así como a ceder gratuitamente diez (10) horas semanales al Ministerio de Educación para transmitir programas educativos (art.13). Se prohibió también la difusión de publicidad alusiva a bebidas alcohólicas o derivados del tabaco, en los intermedios de programas destinados a niños y adolescentes; y se estableció que todas las transmisiones tenían que realizarse en idioma castellano, salvo algunas excepciones (En Reglamento de Radiocomunicaciones, decretos y resoluciones adicionales, 1984, p.54-56).

En octubre de 1976, el Ministerio de Comunicaciones promulgó la Resolución N° 70, en la que se exigía a las estaciones de radiotelevisión “transmitir de lunes a viernes dentro del horario comprendido entre 9:00 p.m. y 10:00 p.m., así como también los días viernes de 8:00 p.m. a 9:00 p.m., programas de carácter cultural, entendiéndose por estos los definidos en el artículo 9 de la Resolución N° 3.178” (En Reglamento de Radiocomunicaciones, decretos y resoluciones adicionales, 1984, p.60-61).

El 26 de abril de 1977, el ministro de Transporte y Comunicaciones, Jesús Vivas Casanova, dictó dos resoluciones alusivas a la programación de radio y televisión. La N° 63 regulaba el tiempo de transmisión de programas novelados, no basados en obras culturales reconocidas, a un máximo de tres horas diarias a ser divulgadas de lunes a viernes. En la N° 64 se establecía que las estaciones de televisión debían transmitir por lo menos 30 minutos de programas educativos entre las 4 p.m. y las 12 a.m., mientras que las emisoras de radio estaban obligadas a

hacerlo entre las 6 a.m. y las 8 p.m. (En Reglamento de Radiocomunicaciones, decretos y resoluciones adicionales, 1984, p.58-59).

Poco tiempo después de haber asumido el cargo de presidente de la República, Luis Herrera Campins emitió el decreto N° 620 de fecha 22 de mayo de 1980. En su artículo 1, esta norma indicaba que los servicios de radio y televisión sólo podían transmitir programas educativos, culturales, informativos, deportivos y recreativos. Por otra parte, el artículo 5 exigía que el espacio dedicado a la promoción y publicidad no excediera de 15 minutos en cada hora de transmisión. Se reguló también el horario de difusión de publicidad sobre cigarrillos y bebidas alcohólicas.

El 29 de mayo de 1980, el ministro de Transporte y Comunicaciones, Vinicio Carrera Arismendi, publicó la Resolución N° 500, que establecía una clasificación para los programas y su horario de difusión:

- Programas Clase “A”: dedicados al público en general, por lo que podían difundirse a cualquier hora
- Programas Clase “B”: Los destinados a los adolescentes, que debían difundirse entre las 6 p.m. y las 10 p.m.
- Programas Clase “C”: sólo podían divulgarse después de las 10 p.m. porque estaban dedicados a los adultos
- Programas Clase “D”: Los no aptos para ser transmitidos

Como dicen Alvaray y cols. (1992, p.58), en los artículos 4 y 5 de esta resolución se hace referencia a “la emisión de promociones y (...) publicidad comercial, nuevamente prohibiendo la emisión de aquellas piezas inadecuadas para niños en horario infantil y restringiendo la promoción de programas para adultos después de las 9 p.m.”.

En el artículo 7 de la Resolución N° 500 se agrega un dato importante que no había sido incluido en el decreto N° 620, ya que además de restringir la publicidad a 15 minutos por hora, especifica que debe realizarse en un máximo de 4 bloques

comerciales (En Reglamento de Radiocomunicaciones, decretos y resoluciones adicionales, 1984, p.65-66).

Por otra parte, en la Resolución N° 407 del 27 de julio de 1980 se ordenó difundir el Himno Nacional de manera obligatoria.

Una de las regulaciones más amplias en materia de contenidos divulgados por radio y televisión fue la Resolución 1.029, publicada el 17 de diciembre de 1982. En ésta se establecían especificaciones sobre la clasificación de los programas, el horario de las transmisiones, la publicidad comercial y las promociones, la producción nacional, los procedimientos administrativos y las sanciones.

En el artículo 1 se establecían cinco clases de programas según su distribución en el horario diario:

1. Programas destinados a la atención de personas de cualquier edad.
 2. Programas dedicados, específicamente, a la atención de los niños.
 3. Programas dedicados, específicamente, a la atención de los menores de 18 años.
 4. Programas reservados a la atención de personas adultas.
 5. Programas que no pueden ser transmitidos
- (Reglamento de Radiocomunicaciones, decretos y resoluciones adicionales, 1984, p.67).

Alvaray y cols. (1992, p.58) señalan que “entre sus disposiciones más importantes hallamos la obligación de las plantas de incluir al comienzo de cada programa un rótulo que especifique a qué tipo de público va dirigido”.

La Resolución 1.029 también hace hincapié en los distintos bloques horarios en los que deben transmitirse las clases de programas mencionadas anteriormente. En cuanto a los noticieros y la difusión de informaciones de actualidad, se permitía su difusión en cualquier momento del horario de transmisión, sin embargo, debían evitarse las imágenes audiovisuales con escenas de notoria violencia, vileza o perversión. Además se especificaba que en los programas de concurso era necesario exigir el manejo de conocimientos sobre historia, ciencias, artes y costumbres

venezolanas (Reglamento de Radiocomunicaciones, decretos y resoluciones adicionales, 1984, p.68-69).

El artículo 11 de la Resolución 1.029 imponía la obligación de transmitir el Himno Nacional a las 12 del mediodía, a las 6 p.m. y al final de las transmisiones diarias.

Los artículos 12° hasta el 17° regulan la publicidad comercial, definiéndola y restringiendo su emisión de acuerdo a las mismas normativas dictadas por disposiciones anteriores. Asimismo considera a las promociones o anuncios de programas como publicidad comercial y señala que deben transmitirse de acuerdo al horario señalado para los distintos públicos (Alvaray y cols., 1992, p. 56).

El texto jurídico exige la transmisión de un mínimo de cincuenta por ciento (50%) de programas de producción nacional, definidos como “aquellos en cuya realización y producción haya intervenido un setenta y cinco por ciento (75%) como mínimo, de personal técnico y artístico venezolano” (En Reglamento de Radiocomunicaciones, decretos y resoluciones adicionales, 1984, p.68-69).

Por otra parte, en los artículos 20 y 21 se ordenaba la divulgación de treinta (30) minutos diarios, de lunes a viernes, de programación de producción nacional destinada a niños, así como también la difusión de cinco (5) horas semanales de programas dirigidos a los menores de 18 años de edad.

Sin embargo, no sería esta la última legislación que intentara normar los contenidos transmitidos a través de la pantalla chica. El Reglamento Parcial sobre Transmisiones de Televisión, publicado mediante Decreto N° 2.625 del 5 de noviembre de 1992, durante el segundo período presidencial del presidente Carlos Andrés Pérez, fue otra de las normativas que hizo hincapié en este sentido.

Este reglamento estaba estructurado en nueve capítulos y 31 artículos. El capítulo I se refería a las disposiciones generales; el capítulo II, a la definición y

clasificación de las transmisiones; el capítulo III, a los horarios de transmisión; el capítulo IV, a las condiciones de las transmisiones; el capítulo V, a la publicidad, propaganda y promoción; el capítulo VI, a los programas de producción nacional; el capítulo VII, a las sanciones; el capítulo VIII, a la comisión Consultiva; y el capítulo IX, a las disposiciones finales.

Según lo establecido en el artículo 3 de esa legislación, las transmisiones se clasificaban en cinco tipos según su público receptor: Clase Todo Público (TP); Clase orientación por adultos (AO); Clase de adultos (R); Clase restringida (X), destinada a los mayores de edad en horarios especiales; y Clase excluida (XX), en la que se insertaban las transmisiones prohibidas (Reglamento Parcial sobre Transmisiones de Televisión, 1992).

Por otra parte, el artículo 4 explicaba que la clasificación de las transmisiones señaladas en el artículo anterior, se realizaría de acuerdo a la presencia de los siguientes elementos:

A) Mensajes contrarios a la orientación familiar, sin la orientación pertinente. B) Hábitos destructivos que envilezcan al ser humano, tales como: alcoholismo, tráfico y consumo de drogas y el juego de azar. C) Violencia traducida en agresiones, que mutilen o desgarran el cuerpo humano. D) Escenas o mensajes que susciten terror. E) Licencias en el uso del idioma castellano o expresiones obscenas. F) Rituales satánicos y de brujería, presentados como solución a los conflictos humanos. G) Desnudos humanos, salvo como expresión de ciencia o arte, o escenas reñidas con la moral y las buenas costumbres. H) Niveles excesivos de agresión física o psicológica. I) Apología del delito. J) Patología o perversiones sexuales, relaciones homosexuales, actos sexuales explícitos, o pornografía en general (Reglamento Parcial sobre Transmisiones de Televisión, 1992).

Las transmisiones Clase TP no podían incluir escenas, mensajes o diálogos en los que se manifestará alguno de los elementos expuestos en la disposición anterior

(Art. 5). Sin embargo, los programas pertenecientes a la Clase OA sólo tenían la prohibición de difundir los aspectos previstos en los literales B) y J) del artículo 4 (Art. 6). Mientras, los segmentos ubicados dentro de la Clase R, no podían incluir los aspectos previstos en los literales G) y J) (Art. 7) (Reglamento Parcial sobre Transmisiones de Televisión, 1992).

Por otra parte, las transmisiones Clase X tenían prohibido emitir los elementos considerados en los literales I) y J) (Art. 8), al tiempo que se consideraba que los programas Clase XX eran aquellos que pretendían proyectar mensajes o imágenes relacionadas con apología del delito o pornografía (Art. 9) (Reglamento Parcial sobre Transmisiones de Televisión, 1992).

Adicionalmente, esta norma imponía a las televisoras transmitir programas dirigidos a la atención de niños en horario comprendido entre las tres y las seis post-meridien (Art. 11), así como difundir por lo menos una hora de programas destinados a menores de 18 años, entre las seis y las ocho post-meridien de lunes a viernes (Art. 12).

En el artículo 24, el Reglamento Parcial sobre Transmisiones de Televisión (1992) establecía la obligación de dedicar semanalmente 50% del tiempo total de transmisión a los programas de producción nacional, que definía como aquellos en cuya realización y producción hubo una intervención de por lo menos 75% de personal técnico y artístico venezolano. Pero además de eso, los medios debían difundir entre lunes y viernes un mínimo de 150 minutos semanales de programas de producción nacional, dedicados a la atención de los niños, y 150 minutos semanales de producciones nacionales destinadas a los menores de 18 años (Art. 25).

Como se puede observar, la legislación que existía en Venezuela hasta ese momento hacía un énfasis especial en la regulación de los horarios de transmisión y en la clasificación de los programas.

CAPÍTULO II. LA LEY DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EN RADIO Y TELEVISIÓN

BREVE HISTORIA DEL INSTRUMENTO JURÍDICO

La propuesta de crear una ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión estaba latente desde la promulgación de la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela en 1999. En el artículo 58 de la Carta Magna traslucía la necesidad de crear una legislación que permitiera normar el derecho a la libre expresión. En ese artículo se estableció que “la comunicación es libre y plural”, sin embargo, “comporta los deberes y responsabilidades que indique la ley”. (Constitución de la República Bolivariana de Venezuela, 2000).

A raíz del nuevo ordenamiento jurídico, se promulgó en la Gaceta Oficial N° 36.970, de fecha 12 de junio de 2000, una nueva Ley Orgánica de Telecomunicaciones (LOTEL) de la que se excluyó en el artículo 1, “la regulación del contenido de las transmisiones y comunicaciones cursadas a través de los distintos medios”. De acuerdo con el artículo 208 de las disposiciones transitorias contenidas en esta normativa, el contenido difundido por las estaciones de radio y televisión debía regirse por disposiciones constitucionales, legales y reglamentarias dictadas hasta el momento, hasta tanto se promulgara una ley que estableciera regulaciones al respecto. En la norma jurídica se podía leer:

Se mantendrán en vigencia, salvo lo que disponga la Asamblea Nacional o el Ejecutivo Nacional, según el caso, todas las disposiciones legales y reglamentarias y cualquier otra de carácter normativo que regulen, limiten o restrinjan, el contenido de dichas transmisiones o comunicaciones (LOTEL, 2000, art. 208).

Según indica Marcelino Bisbal en *La Ley del silencio o la autocensura se hace norma*, los años 2001 y 2002 sirvieron de antesala para que la Comisión

Nacional de Telecomunicaciones (Conatel) empezara la redacción del instrumento regulatorio de los contenidos difundidos por los medios radioeléctricos (2004, p.440).

Antes de formular por escrito el proyecto, Conatel realizó un estudio del marco constitucional y las leyes que sobre la materia se habían desarrollado en la nación, sin dejar atrás los tratados internacionales suscritos al respecto. Con base en esta investigación previa, el 5 de abril de 2002 se presentó una propuesta de Proyecto de Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión (Hernández, s.f., p.2).

La propuesta fue sometida a una consulta pública en la que participaron organizaciones populares y no gubernamentales, así como otras de distinta naturaleza. El resultado del proceso, que se sostuvo por un año aproximadamente, fue la introducción de 45 documentos con sugerencias de diversa índole (Hernández, s.f., p.2).

Andrés Cañizález en su texto *Ley Mordaza en Venezuela* destaca:

La Comisión Nacional de Telecomunicaciones (Conatel), pese a ser el ente gubernamental a cargo de la supervisión técnica del sector, por decisión oficial preparó la primera versión de la ley. Sin embargo, entre esa y la que presentaron varios diputados oficialistas, se sumaron 20 artículos adicionales (Cañizález, 2003, p. 60).

El hecho de que el proyecto preparado por Conatel, un ente dependiente del Poder Ejecutivo, haya sido presentado ante el parlamento como iniciativa legislativa ha suscitado críticas por parte de algunos sectores de la población. Un documento preparado por el Centro de Investigación de la Comunicación de la Universidad Católica Andrés Bello denominado *Agresiones a Periodistas en Venezuela. Medidas Cautelares a favor de los medios de comunicación y síntesis del proyecto de Ley de Contenidos* afirma lo siguiente:

En forma sorpresiva, un proceso que había venido liderando Conatel, para el cual dedicó tiempo y recursos, y acerca del cual incluso organizó una consulta pública fallida, de repente aparece presentado ante la Asamblea por unos legisladores oficialistas. Al menos llama a

la suspicacia tal proceder, dado que si el Ejecutivo Nacional fue el que elaboró el proyecto, ha debido presentarlo ante la Asamblea de acuerdo a lo establecido en el Art. 86 de la Ley Orgánica de Administración Pública, que establece el procedimiento para elevar los proyectos de ley. Según dicho artículo, el Ministerio correspondiente debería enviar el proyecto al Consejo de Ministros junto a los informes correspondientes para que este órgano colegiado hiciera consultas ulteriores, entre ellas a la Procuraduría de la República y finalmente lo remitiera a la Asamblea con la Exposición de Motivos y los informes correspondientes (Güerere, 2003).

La primera versión introducida el 23 de enero de 2003 ante la Asamblea Nacional contenía 130 artículos, a los que se sumaron los propuestos por los legisladores del Movimiento V República (MVR). En total, la ley que fue aprobada en primera discusión, contaba con 150 artículos (Cañizález, 2003, p. 60).

La diputada del Movimiento Quinta República (MVR), Cilia Flores, informó el 26 de septiembre de 2004 que la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión había sido retirada de la agenda legislativa durante el referéndum revocatorio de mandato presidencial, realizado el 15 de agosto de 2004 (Correa y Cañizález, 2005, p.134).

Según indican Carlos Correa y Andrés Cañizález en *Venezuela: Situación del Derecho a la Libertad de Expresión e Información (Informe 2004)*, el 15 de octubre de 2004 se restableció la segunda discusión sobre el instrumento regulatorio en la Asamblea Nacional (2005, p.147).

El 24 de Noviembre de 2004 concluyó el debate alrededor de la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión en el seno del poder legislativo (Correa y Cañizález, 2005, p.166). Pero no fue hasta luego de haberse realizado las modificaciones aprobadas en segunda discusión y sancionadas por la Asamblea Nacional, que la normativa fue publicada en la Gaceta Oficial N° 38.081 de fecha 7 de diciembre de 2004 (Correa y Cañizález, 2005, p.172).

A pesar de que la primera versión estaba compuesta por 150 artículos, la legislación definitiva quedó conformada por 35 artículos, una disposición transitoria y una disposición final.

El 8 de marzo de 2005, a los tres meses exactos de la entrada en vigencia de la ley, se empezaron a implementar los artículos 6, 7, 11, 14 y 18, correspondientes a la primera fase de aplicación de la normativa (Correa y Cañizález, 2006, p.118). El día 15 de ese mismo mes, el Directorio de Responsabilidad Social en Radio y Televisión aprobó las normas técnicas relativas a la difusión de obras musicales, publicidad, propaganda y promociones que sirven de reglamento para las disposiciones de la LRSRT (Correa y Cañizález, 2006, p.122).

Tres meses después, específicamente el 8 de junio de 2005, entró en vigor la segunda etapa de aplicación de la norma jurídica y con ella los artículos 4, 9, 11 y 14 (Correa y Cañizález, 2006, p.173).

El presidente de la Asamblea Nacional, Nicolás Maduro, anunció en agosto que el instrumento jurídico sería modificado en su artículo 11, “referido al acceso de servicios, para establecer que 20% de los canales por suscripción se reservarán al Estado, y de esta forma evitar que pongan nuevas trabas a la transmisión de señales como Asamblea Nacional TV (ANTV)” (Correa y Cañizález, 2006, p.201).

El 8 de septiembre de 2005 entró en vigencia la tercera fase. Se comenzó a aplicar el artículo 14, en el que se establecía “la obligatoriedad para las televisoras o radioemisoras de transmitir al menos dos horas diarias de programación nacional independiente, entre la 6 de la mañana y las 11 de la noche” (Correa y Cañizález, 2006, p.207).

Según comentan Carlos Correa y Andrés Cañizález en *Venezuela: Situación del Derecho a la Libertad de Expresión e Información (Informe 2005)*:

Con los votos del oficialismo, la Asamblea Nacional sancionó ayer [16 de noviembre de 2005] la reforma parcial de la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión. Los cambios realizados en el instrumento legal consisten, por una parte, en incluir

en el artículo 11 la reserva por parte del Estado de hasta el 10% de la totalidad de los canales de cada servicio de radio y televisión que se difundan a través de los servicios de suscripción. El otro cambio radica en una disposición transitoria para obligar a los prestadores de servicios a la transmisión de Venezolana de Televisión, ANTV, y Corporación Venezolana de Telecomunicaciones (Correa y Cañizález, 2006, p.237).

Los prestadores de servicios por suscripción tuvieron un plazo de treinta días para ponerse al corriente, luego de publicada en Gaceta Oficial N° 38.333 la reforma parcial del instrumento jurídico.

REGULACIONES A LOS CONTENIDOS

La norma jurídica quedó constituida por 35 artículos, distribuidos en siete capítulos, una disposición final y una disposición transitoria. De acuerdo a las indicaciones que Asdrúbal Aguiar hace en el libro denominado *Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión (Ley Resorte)*, el texto final fue prácticamente idéntico al presentado en calidad de proyecto ante la Asamblea Nacional, que contaba aproximadamente con 150 disposiciones (2006, p.22).

A continuación se sintetizarán los artículos relacionados con las obligaciones impuestas a los medios de comunicación en materia de contenidos, así como aquellos vinculados con el objeto, ámbito de aplicación de la ley y sanciones por incumplimiento, que serán de utilidad para el objetivo propuesto por esta investigación.

En el primer capítulo de la normativa se dictaron las disposiciones generales, entre las que destacaron los artículos 1, 3, 4, 5 y 6, que establecían lo siguiente:

Artículo 1. Objeto y ámbito de aplicación de la Ley

El instrumento legal tiene por objeto “incidir en los mensajes de radio y televisión, asegurándose que cada prestador o usuario sólo exprese o reciba informaciones u opiniones que interesen al colectivo y conforme a los cánones de la ley” (Aguiar, 2006, p.22). Como se indica en el texto legal, la finalidad es “establecer, en la difusión y recepción de mensajes, la responsabilidad social de los prestadores de los servicios de radio y televisión, los anunciantes, los productores nacionales independientes y los usuarios y usuarias” (LRSRT, 2004).

Artículo 3. Objetivos generales

Según afirma Asdrúbal Aguiar, los nueve numerales referidos a los objetivos de la ley pueden resumirse en tres ideas:

- a) Fijar límites a la libertad de expresión e información en modo de conciliarla con el modelo institucional, y a la vez, proteger tanto el derecho al honor y la reputación de los terceros cuanto asegurar que la información sea, como lo dice la norma en repetición del artículo constitucional correspondiente, veraz, oportuna e imparcial;
- b) Asegurar que la expresión y la información “sean de interés social y cultural, encaminados a desarrollo progresivo y pleno de [la] personalidad humana”, prefiriéndose, al efecto, las producciones nacionales y, en lo específico, las que proyecten los valores de la cultura nacional;
- c) Procurar, en apoyo del Estado con vistas a los objetivos de la ley, sistemas de control social colectivos (2006, p.23).

Destacan en este artículo los objetivos referidos a garantizar la difusión de información y contenidos dirigidos a niños, niñas y adolescentes; los relacionados con la promoción de la producción nacional y producción nacional independiente, así como los referidos al fomento de los valores de la cultura venezolana.

Artículo 4. Idioma, lengua, identificación, intensidad de audio e Himno Nacional

Se establece la obligatoriedad de difundir mensajes en idioma castellano, salvo ciertas excepciones, y de usar idiomas indígenas en el caso de aquellos mensajes difundidos por radio y televisión que vayan dirigidos de manera exclusiva a éstas comunidades(LRSRT, 2004).

Los prestadores de radio tienen la obligación de identificar la frecuencia y nombre comercial de la estación, como mínimo, cada treinta minutos. En tanto, las televisoras deben conservar en un borde de la pantalla el logotipo que las identifica, el cual debe mantenerse durante la difusión de programas y promociones. Si se trata de medios sin fines de lucro, deberán anunciar constantemente su carácter comunitario (LRSRT, 2004).

Además de esto, los servicios de radio y televisión deben mantener la misma intensidad de audio en los programas, publicidad, propagandas y promociones; y transmitir la música y letra del Himno Nacional a las seis antemeridiano y a las doce postmeridiano, excepto en fechas patrias cuando tendrán que difundirlo también a las doce meridiano y en las zonas fronterizas donde se transmitirá un mínimo de tres veces al día (LRSRT, 2004).

Artículo 5. Tipos de programas

La ley distingue entre 5 tipos de programas: culturales y educativos, informativos, de opinión, recreativos o deportivos y mixtos, cuando combinen los tipos de programas enumerados.

Los programas culturales y educativos son aquellos que están dirigidos “a la formación integral de los usuarios y usuarias en el más alto nivel del humanismo, la diversidad cultural, así como en los principios de la participación protagónica del ciudadano en la sociedad y el Estado” (LRSRT, 2004). En tanto, los programas informativos son aquellos que difunden información “de manera imparcial, veraz y oportuna” (LRSRT, 2004). Los de opinión dan a conocer ideas, opiniones o

pensamientos sobre diferentes temas. Por último, los recreativos o deportivos están destinados al esparcimiento y recreación de los usuarios (LRSRT, 2004).

Artículo 6. Elementos clasificados

La ley distingue entre una serie de elementos clasificados que, como indica Asdrúbal Aguiar, deben ser acatados por los prestadores de servicios de radio y televisión:

El contenido de los distintos programas, para los fines de su regulación y autorización horaria por el Estado, se fija a partir de cuatro (4) tipos de elementos definidos por la misma norma (lenguaje, salud, sexo y violencia) y cuyos tipos varían (desde el tipo A hasta el tipo E conforme corresponda) según que tales elementos puedan ser o no recibidos o presenciados por “niños, niñas y adolescentes” y en tanto requieran o no “la orientación de madres, padres, representantes o responsables” (2006, p.24).

En el Capítulo II de la ley, concerniente a la difusión de mensajes, destacaron los artículos que se mencionan a continuación:

Artículo 7. Tipos, bloques horarios y restricciones por horario

En la normativa se definen tres bloques horarios, que “derivan de los elementos definitorios del contenido de las expresiones e informaciones transmitidas por radio y TV” (Aguiar, 2006, p. 24).

El “horario todo usuario” es aquel que se encuentra comprendido entre las 7a.m. y las 7p.m. y en el que sólo pueden difundirse mensajes aptos para los niños, niñas y adolescentes sin la supervisión de sus padres o representantes. Durante este horario no está permitida la transmisión de elementos de lenguaje tipo "B" y "C", elementos de salud tipo "B", "C" y "D", elementos sexuales tipo "B", "C" y "D", ni elementos de violencia tipo "C", "D" y "E", entre otros (LRSRT, 2004).

El “horario supervisado”, comprendido entre las 5a.m. y las 7a.m. y las 7p.m. y las 11p.m., es aquel durante el cual se pueden difundir mensajes que requieren de la supervisión de sus madres, padres, representantes o responsables para ser recibidos por niños, niñas y adolescentes (LRSRT, 2004). La divulgación de mensajes con elementos de lenguaje tipo "C", elementos de salud tipo "D", elementos sexuales tipo "D" y elementos de violencia tipo "E", no está permitida en este horario.

Por último, el “horario adulto” es aquel en el que se pueden difundir mensajes destinados exclusivamente a los mayores de 18 años, en el cual se supone que cabe cualquier tipo de información. Sin embargo, el artículo es muy claro cuando especifica que sin importar el horario, “no está permitida la difusión de mensajes que contengan elementos sexuales tipo "E" (LRSRT, 2004).

En el caso de contenidos violentos, sólo podrán presentarse en horario todo usuario y supervisado cuando se trate mensajes difundidos en vivo y en directo que sean indispensables “para la comprensión de la información, la protección de la integridad física de las personas o como consecuencia de situaciones imprevistas, en las cuales los prestadores de servicios de radio o televisión no puedan evitar su difusión” (LRSRT, 2004).

Artículo 10. Modalidades de acceso del Estado a espacios gratuitos y obligatorios

Los medios están obligados a transmitir todas las alocuciones oficiales en cadena, sin importar su duración. Además, el Estado podrá ordenarles la transmisión de mensajes culturales, educativos, informativos o preventivos de servicio público que no superarán los 70 minutos semanales, ni los 15 minutos diarios. Bajo ningún concepto, los prestadores de servicios de radio o televisión podrán interferir los mensajes o alocuciones del Estado (LRSRT, 2004).

Cabe aclarar que según la ley estos espacios no pueden ser dedicados a la difusión de publicidad o propaganda de los órganos y entes gubernamentales (LRSRT, 2004).

En el Capítulo IV, la LRSRT establece una serie de disposiciones relativas a la democratización de los medios radioeléctricos, entre las que destacan los artículos 13 y 14, que expresan lo siguiente:

Artículo 13. Producción Nacional, Productores Nacionales Independientes

Según esta disposición, serán considerados como producción audiovisual o sonora nacional:

Los programas, la publicidad o propaganda, difundidos por los prestadores de servicios de radio y televisión, en cuya creación, dirección, producción y postproducción se pueda evidenciar la presencia de (...) a) Capital venezolano; b) Locaciones venezolanas; c) Guiones venezolanos; d) Autores o autoras venezolanas; e) Directores o directoras venezolanos; f) Personal artístico venezolano; g) Personal técnico venezolano; h) Valores de la cultura venezolana (LRSRT, 2004).

Por otra parte, la ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión (2004) establece que “la producción audiovisual o sonora nacional se entenderá como independiente, cuando sea realizada por productores nacionales independientes inscritos en el registro que llevará el órgano rector en materia de comunicación e información del Ejecutivo Nacional”.

Artículo 14. Democratización de los Servicios de Radio y Televisión

La norma establece que durante el horario todo usuario, los prestadores de servicios de radio y televisión deben difundir un mínimo de tres horas diarias de programas culturales y educativos, informativos, de opinión o recreativos, destinados especialmente a niños, niñas y adolescentes. Pero además, en este mismo bloque horario, están obligados a transmitir diariamente un mínimo de siete horas de programación de producción nacional, de las cuales un mínimo de 4 horas se destinará a la producción nacional independiente (LRSRT, 2004).

Durante el horario supervisado, las emisoras de radio y las televisoras tienen la obligación de difundir un mínimo de tres horas de producción nacional, de las cuales se destinará un mínimo de una hora y media a programas de producción nacional independiente (LRSRT, 2004).

El artículo también establece que “el ciento por ciento [100%] de la propaganda difundida por los prestadores de servicios de radio o televisión, deberá ser de producción nacional, salvo las obligaciones derivadas de tratados internacionales suscritos y ratificados por la República Bolivariana de Venezuela”. Aunado a esto, 85% de la publicidad transmitida por los medios deberá ser de producción nacional (LRSRT, 2004).

Además de estas obligaciones, las estaciones que difundan obras musicales deberán destinar al menos 50% de su programación musical diaria a obras musicales venezolanas.

En el Capítulo VII de la normativa se especifican los procedimientos administrativos sancionatorios. En este apartado destacan los artículos 28 y 29, que especifican lo siguiente:

Artículo 28. Sanciones

En esta norma se establecen setenta y ocho (78) tipos de sanciones en que pueden incurrir los medios radioeléctricos, que como indica Asdrúbal Aguiar:

Pueden dar lugar, sin perjuicio de de las responsabilidades civiles y penales pertinentes, a sanciones administrativas que van desde la “cesión de espacios para la difusión de mensajes culturales y educativos” por el Estado hasta la imposición de multas, suspensión de las habilitaciones administrativas, y la eventual revocatoria de las concesiones (2006, p.30).

Las sanciones también incluyen a los productores nacionales independientes, quienes deberán responder por los contenidos de sus producciones, así como a los

anunciantes, quienes de ser penalizados, acarrearán responsabilidades administrativas al prestador de servicio que haya transmitido su mensaje.

Artículo 29. Suspensión y revocatoria

La reincidencia en conductas penalizadas por la ley o la transmisión de mensajes que hagan apología del delito o inciten a la guerra ocasionará la suspensión por 72 horas de la programación difundida por el prestador de servicio. En ocasiones, la reincidencia puede ser una causal para la revocatoria de la concesión por decisión del órgano rector en materia de telecomunicaciones.

Además de estos artículos, destacan las disposiciones transitoria y única. En la primera se fijaron los plazos, que van desde un mes hasta tres (3) años, para la puesta en práctica de los distintos artículos contenidos en la ley por parte de los prestadores de servicios de radio y televisión. Además, se estableció un lapso de un mes para la constitución de los órganos colegiados previstos en la normativa (Aguiar, 2006, p. 32). La disposición final única establece que la ley entró en vigencia el día posterior a su publicación en Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela.

LA POLÉMICA SOBRE LAS RESTRICCIONES A LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN

A fin de comprender la polémica surgida desde que la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión era tan sólo un proyecto, surge la necesidad de contextualizar el panorama político que antecedió a la discusión de la normativa en el seno de la Comisión Nacional de Telecomunicaciones y de la Asamblea Nacional.

Desde que el presidente venezolano Hugo Chávez Frías asumió el cargo en 1999, las coberturas periodísticas de los distintos medios de comunicación han sido blanco de críticas por parte de los distintos poderes que conforman el actual gobierno. Sin embargo, el líder principal del encendido discurso en contra de las empresas periodísticas ha sido precisamente el Jefe de Estado.

Aunque muchos de estos ataques no contaran con justificación alguna, hay que reconocer que el papel de los medios ha quedado dos veces en entredicho en la historia reciente:

En abril de 2002 se produjo un inédito silencio informativo, con lo cual se ocultó una serie de hechos que dieron pie al regreso de Chávez al poder, tras un frustrado golpe de Estado; y en diciembre (...) [de 2002], cuando los canales de televisión y muchas emisoras de radio literalmente se plegaron al “paro cívico” convocado por la oposición —que presionaba por la renuncia de Chávez— y modificaron sustancialmente su programación, al tiempo que cedieron sus espacios comerciales exclusivamente a los mensajes opositores (Cañizález, 2003, p.65).

Como indica Andrés Cañizález en su artículo *Ley Mordaza en Venezuela*, durante los meses de enero y febrero de 2003 el gobierno impuso multas por cuestiones tributarias, abrió procesos administrativos a los medios y presentó la ley para regular los contenidos de la radio y la televisión. Cañizález afirma que el gobierno justificaba estas acciones cuando aseguraba que los medios no sólo eran voceros de la oposición, sino que se habían transformado en actores políticos contrarios a la gestión del presidente Chávez. A juicio del catedrático, estas medidas no deberían aplicarse en condiciones de efectiva democracia:

Existen en Venezuela medios y periodistas alineados con la defensa de las posturas opositoras, sin crítica hacia éstos y con un silenciamiento de las voces oficiales. Sin embargo, en un clima democrático de debate y de respeto a la libertad de expresión, resulta contradictorio que justamente se quiera castigar, con distintos mecanismos, opiniones que se consideran críticas o falsas sobre la gestión gubernamental (Cañizález, 2003, p.64, 65).

Cañizález (2003, p. 65) explica que las sanciones y regulaciones impuestas en 2003 no podían ser interpretadas más que como una “lógica retaliación política”,

aunque contaran con basamento legal. Las acciones del gobierno tenían como objetivo que los medios de comunicación modificaran sus líneas editoriales.

Por esa razón, algunos teóricos de la comunicación se pronunciaron en contra de la aprobación de la normativa. En julio de 2003, Antonio Pasquali divulgó un comunicado en el que expresaba lo siguiente:

La propuesta de Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión o Ley de Contenidos es estrictamente política. No es una iniciativa legislativa que procura una armonía o un estado de consenso entre actores a los fines de normar. Es una iniciativa del Poder Ejecutivo, respondiendo específicamente a los intereses y propósitos de la propuesta política que el sector hoy en el gobierno quiere imponerle al país. No refleja una noción de Estado, de país, una visión compartida (En Cañizález, 2003, p.65).

Marcelino Bisbal también manifestó su rechazo al proyecto de ley, si bien reconocía la necesidad de pensar seriamente el papel de los medios en la sociedad. En su artículo *La Ley del Silencio o la autocensura se hace norma*, afirma que “no se trata de ninguna iniciativa legislativa en representación de lo social para procurar una mejor radio y televisión” (2004, p. 442). A su juicio, las consideraciones expuestas para aprobar el instrumento jurídico eran de orden político.

Ha sido el poder ejecutivo quien impuso esa agenda. Lo ha venido repitiendo desde los sucesos de abril de 2002 hasta los días siguientes al 15 de agosto de 2004. En abril lo expresó de manera directa: “Siguen esas campañas de terrorismo mediático que se acercan a la raya de la ilegalidad. Advertencia a todos los medios, sobre todo a las televisoras: este Gobierno no permitirá que vayan a seguir apoyando golpes” y el 16 de agosto como fecha postreferendum fustigó a los medios ante corresponsales extranjeros: “Ahora viene la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión para saldar una deuda con la sociedad...” (Bisbal, 2004, p.442)

Pero no todas las voces eran contrarias a la aprobación de una legislación que regulara los contenidos de la radio y la televisión. Elda Morales, Luz Neida Parra y Sara Labarca, en su texto *La Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión y la Libertad de Expresión*, manifiestan que la propuesta fue un acierto del poder ejecutivo.

La iniciativa de la Comisión Nacional de Telecomunicaciones de Venezuela (Conatel) de presentar al país un proyecto de Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión, constituye una oportunidad propicia para involucrar al ciudadano en el debate sobre el papel que cumplen los medios de difusión masiva en la Venezuela contemporánea (2003, p.160).

Estas profesoras de la Universidad del Zulia consideraban que los periodistas se habían olvidado del equilibrio informativo y que los medios eran usados como canales de propaganda política, lo que hacía necesario la aprobación de una ley que regulara su actuación en la sociedad.

ALGUNAS CONSIDERACIONES SOBRE LA LEY DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EN RADIO Y TELEVISIÓN

Los abogados y demás defensores de la Libertad de Expresión se han pronunciado en relación con las disposiciones de la normativa que se propuso regular los contenidos radiodifundidos. A continuación se presentan algunas críticas que se han esgrimido en contra del instrumento jurídico.

RÉGIMEN SANCIONATORIO

El régimen sancionatorio contenido en la normativa es extremadamente represivo. Los prestadores de servicios pueden incurrir en 78 tipos de sanciones

diferentes por incumplir con alguno de los mandatos dispuestos en el texto legal.

Según indica Andrés Cañizález en *Venezuela: Una Ley Punitiva* (2005, p. 5-6):

El objetivo de tener mejores medios no puede tener como respuesta la elaboración de una ley altamente punitiva, administrada por órganos de un poder ejecutivo que cotidianamente enjuicia a los medios, y teniendo una frontera discrecional muy tenue para la aplicación de sanciones. Adicionalmente, desde que comenzó a diseñarse la ley, más de dos años antes de su aprobación definitiva, el discurso del presidente Chávez y de otros altos funcionarios ha insistido en que con esta ley se podrá castigar a los medios golpistas, llegando incluso a amenazar con la sanción más severa: el cierre.

Entre las sanciones establecidas, la ley contempla multas de hasta 2% de los ingresos brutos, revocatoria de concesión, suspensión de transmisiones y cesión de espacios al Estado. La concesión puede revocarse cuando el medio haya obtenido 4 sanciones en un período de 5 años o cuando en el mismo período se le haya penalizado dos veces con suspensión de su transmisión (Escudero y Núñez, 2005, p. 234-235).

Como señalan Margarita Escudero y Ana Cristina Núñez en *Comentarios Críticos a la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión*:

Ello llevaría al absurdo, por ejemplo, que a un canal de televisión pudiera pretender revocársele la concesión si en un período de cinco años ha incurrido en cuatro conductas, tales como: i) desaparición por segundos del logo del canal en la pantalla, ii) difusión del himno nacional unos minutos después de la hora exigida por la ley, iii) transmisión de la publicidad por unos segundos más de los 15 minutos permitidos por hora, iv) transmisión de algún contenido con un intensidad de audio que violente las disposiciones de la ley (2005, p. 235).

Cañizález (2005, p.6) asegura que la legislación no establece derechos para los prestadores de servicios, sino que les asigna una carga de responsabilidades.

Sobre este aspecto, Asdrúbal Aguiar afirmaba en su texto *Hacia el dominio estatal de la personalidad humana* que la LRSRT crea un marco de autocensura, considerando que los prestadores de servicios de radio y televisión harán todo lo posible por evitar ser víctimas de las sanciones (2006, p. 43).

SUBJETIVIDAD DE LOS CONCEPTOS JURÍDICOS

Al definir los elementos clasificados y, a partir de ellos, los actos contrarios al bienestar de la audiencia, la ley incurre en “un grave error de técnica legislativa, tipificar conductas punibles sin establecer claros parámetros objetivos que definan los mismos” (Güerere, 2003).

En *La técnica de los conceptos jurídicos indeterminados como mecanismo de control judicial de la actividad administrativa*, Allan Brewer-Carías afirma que la LRSRT “se caracteriza, entre otros aspectos, (...) por la amplia utilización de conceptos jurídicos indeterminados, particularmente a los efectos de la imposición de sanciones, lo que sin duda puede dificultar su aplicación (2006, p.220).

Brewer-Carías identifica algunas imprecisiones contenidas en la ley (2006, p.220-221):

Por ejemplo, las referencias a imágenes que “tengan un carácter soez” (art.6); imágenes que “tengan carácter obsceno, que constituyan imprecaciones” (art. 6); “mensajes que tengan por objeto impedir o dificultar a los usuarios percibirlos conscientemente”; “mensajes que inciten al incumplimiento del ordenamiento jurídico vigente” (art. 28); “mensajes que inciten a alteraciones del orden público” (art. 29); o que empleen “técnicas amarillistas”.

Andrés Cañizález, en *Venezuela: una ley punitiva*, asegura que el instrumento jurídico establece una serie de categorías de lenguaje, salud, sexo y violencia que

“podrían prestarse a evaluaciones subjetivas por parte del órgano que aplicará la ley. En materia de sexo, por ejemplo, resulta extremadamente difícil establecer (...) las fronteras entre lo sensual, lo erótico y lo explícitamente sexual” (2005, p.8).

PODER PUNITIVO EN MANOS DEL ESTADO

El organismo encargado de velar por el cumplimiento de la ley y aplicar las sanciones pertinentes es el Directorio de Responsabilidad Social, un ente adscrito a la Comisión Nacional de Telecomunicaciones (Conatel), que depende directamente del poder ejecutivo. Con respecto a este tema, Escudero y Núñez comentan:

Aunque el proyecto de ley presentado por Conatel contemplaba la creación de un nuevo ente, el “Instituto Nacional de Radio y Televisión”, al cual se le asignaban las funciones reguladoras que derivan de esta ley, ahora es el propio Conatel, a través de un Directorio de Responsabilidad Social, el que tendrá la competencia de abrir y sustanciar los procedimientos sancionatorios y dictar medidas cautelares, entre las cuales está la prohibición de difusión de determinados contenidos (2005, p.237).

En *La televisión como experimento jurídico en la ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión*, Carlos Colina explica lo siguiente (2005, p.222-223):

A diferencia de la Unión Europea, en donde una máxima fundamental de las políticas “sectoriales” es la independencia de las autoridades reguladoras, en Venezuela, el Directorio de Responsabilidad Social (artículo 20, p.32) está constituido por una mayoría de miembros gubernamentales (siete:7) y una minoría de miembros de la sociedad civil (cuatro:4).

Como indica Andrés Cañizález (2005, p.6), la falta de independencia de los órganos que aplicarán la ley resulta preocupante, sobre todo en un país con una “excesiva polarización del debate político”, en el cual los medios han sido

protagonistas y blanco de ataques por parte de los integrantes del gobierno. Pero además, la Comisión Nacional de Telecomunicaciones posee un gran poder de decisión sobre las materias que regula el instrumento jurídico.

Conatel, cuya directiva es elegida directamente por el presidente de la República, concentrará mucho poder y “responsabilidad” de acuerdo con la LRSRT. Dicho organismo público llevará el registro de los productores nacionales independientes y será el encargado de expedir y revocar la certificación respectiva (artículo 13). Además es el ente que administrará el registro de las organizaciones de usuarios y usuarias de los servicios de radio y televisión (artículo 19). Conatel presidirá el Directorio de Responsabilidad Social y a través de la Consultoría Jurídica, influirá decisivamente en la apertura de los procedimientos, tal como ocurre con la Ley Orgánica de Telecomunicaciones (Colina, 2005, p.223).

Colina afirma que, en este sentido, la LRSRT no se diferencia de las anteriores leyes, reglamentos, resoluciones y decretos, en los que el poder de decisión dependía del poder ejecutivo de turno y de los funcionarios que laboraban en el antiguo Ministerio de Información y Turismo o en el Ministerio de Transporte y Comunicaciones (MTC).

Con respecto a la participación de la ciudadanía en el proceso regulatorio de los medios radioeléctricos, Colina advierte que “si se llegasen a aplicar criterios político-partidistas en la selección de los comités de usuarios y de los productores nacionales, la ley operará como un mecanismo de ideologización” (2005, p.224).

Resalta el hecho de que dichos comités deben estar inscritos en un registro que llevará Conatel, quien será el que concederá el requerido certificado para actuar como comités de usuarios. En este sentido, preocupa mucho la discrecionalidad de la que gozará Conatel a la hora de otorgar o no el certificado a dichos Comités (...) Conatel podría

efectivamente determinar quiénes serán los ciudadanos que harán la labor de monitorear a los medios (Escudero y Núñez, 2005, p. 236).

Luego de estos argumentos se llega a la conclusión de que sólo si predomina el pluralismo, el instrumento jurídico será un arma efectiva contra los excesos mediáticos y a favor de democratización de las comunicaciones.

FOMENTO DE LA UNIFORMIDAD PROGRAMÁTICA

El establecimiento de categorías horarias y de elementos clasificados ocasiona que los servicios de radio y televisión mantengan durante el horario todo usuario y supervisado una homogeneidad programática. Como expresa Asdrúbal Aguiar (2006, p.33):

Tal y como lo muestran las explicaciones procedentes y las normas de la propia ley en estudio, (...) no se admite la pluralidad, diversidad, ni la segmentación natural de la radio y de la televisión de acuerdo a sus audiencias dada la uniformidad programática a que conducen las normas sustantivas y técnicas de la ley, en lo particular, las que hacen relación con los elementos de contenido determinantes de la clasificación horaria.

La protección integral de los niños, niñas y adolescentes es la justificación utilizada para definir los elementos uniformadores de los contenidos, que la norma divide en categorías de lenguaje, salud, sexo y violencia.

El economista Abdel Güerere (2003), en una síntesis crítica que realiza sobre la LRSRT, llega a una conclusión: “al establecerse que todos los canales de señal libre deberán durante los horarios protegidos y supervisados mantener una homogeneidad de programación, se verá gravemente afectada la capacidad de la audiencia de optar por opciones de programación alternativas”.

CENSURA PREVIA

De acuerdo a lo establecido en la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión, los principios que sirven de guía para la aplicación de la normativa son, entre otros, la libre expresión de ideas, opiniones y pensamientos; la comunicación libre y plural; y la prohibición de censura previa. Sin embargo, el instrumento legal se contradice, pues como dicen Margarita Escudero y Ana Cristina Núñez:

Aunque se establece expresamente en la ley que queda prohibida la censura previa, de todas formas está prevista (...) En efecto, en un procedimiento sancionatorio e incluso en el acto de apertura de uno, Conatel podrá prohibir la difusión de programas que presuntamente infrinjan algunos de los contenidos prohibidos por la ley. De manera que, mientras esté en vigencia la medida, la difusión del programa en cuestión está prohibida, lo que claramente se traduce en censura previa (2005, p. 234).

En el artículo 33, la ley asigna competencias a la Comisión Nacional de Telecomunicaciones para dictar órdenes a los medios radioeléctricos, con el fin de que cesen de transmitir mensajes que hagan apología, inciten a la guerra, promuevan alteraciones al orden público o sean contrarios a la seguridad de la nación.

Además de esto, como indica Asdrúbal Aguiar, la legislación fija elementos de clasificación (lenguaje, salud, sexo y violencia) que imponen previamente el tipo de programas permitidos según el bloque horario (2006, p.40).

Así por ejemplo, durante el horario todo usuario, en el que sólo se pueden transmitir mensajes que puedan ser percibidos por menores 18 años sin supervisión de sus padres o representantes, “esta regulación podría impedir (...) que de 7a.m. a 7p.m. se transmita un programa o película en que aparezca una persona tomando licor (...) o una imagen en que aparezca una pareja durmiendo en una cama” (Escudero y Núñez, 2005, p.229-230).

Según expresa Aguiar (2006, p. 39), ese tipo de regulaciones “fijan una suerte de censura anticipada de los contenidos, al prohibir expresamente la transmisión de elementos de lenguaje, salud, sexo y violencia (...) y cuyas transmisiones quedan proscritas durante horarios predeterminados que alcanzan de hecho a todo el día hábil”.

Con el pretexto de brindar protección a la infancia, el Estado se reservó el control de todo el tiempo útil del espectro radioeléctrico, ya que entre 5a.m. y 11p.m, los medios deben transmitir programación apta para niños y adolescentes.

Las restricciones establecidas, además de excesivas, parten de la noción de que los niños podrían estar viendo televisión durante 18 horas al día (de 5a.m. a 11p.m) de las cuales 12 serían sin supervisión de adultos. Ello violenta el derecho de los adultos a ver programación dirigida a ellos, y convierte a los medios de comunicación en los únicos responsables de la formación de los menores de edad (Escudero y Núñez, 2005, p.230).

En cuanto a las imágenes o descripciones con contenidos violentos en informaciones noticiosas, Escudero y Núñez explican que la ley permite su difusión en cualquier horario, siempre y cuando se trate de mensajes transmitidos en vivo y en directo que sean indispensables para la comprensión de la información por parte de los usuarios. “Ello significa que si la noticia, por cualquier razón (técnica u otra), no puede ser transmitida en vivo y en directo, no podrá ser transmitida ni siquiera 5 o 10 minutos después de haber sucedido el hecho noticioso” (2005, p.230).

LIBERTAD DE INFORMACIÓN Y EXPRESIÓN

En los artículos 3 numeral 3 y 5 numeral 2 de la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión se dictamina que la información debe ser imparcial, veraz y oportuna para poder ser transmitida por los servicios de radio y televisión, con lo que se somete la Libertad de Información a una serie de condicionamientos

previos que resultan inconstitucionales en Venezuela (Escudero y Núñez, 2005, p.237). Tal y como especifican Margarita Escudero y Ana Cristina Núñez:

Tanto la Convención Americana sobre Derechos Humanos como el pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos, vigentes en Venezuela, de rango constitucional de acuerdo al Artículo 23 de la Constitución (por ser más favorables a su artículo 58), establecen que el referido Derecho a la Información comprende la “libertad de buscar, recibir y difundir ideas de toda índole” (2005, p. 237).

Esta disposición se sustenta además en la Declaración de Principios sobre Libertad de Expresión, creada por la Relatoría para la Libertad de Expresión, que en su principio 7 aclara que los “condicionamientos previos como veracidad, oportunidad o imparcialidad por parte de los Estados son incompatibles con el derecho a la libre expresión reconocido en los instrumentos internacionales” (Organización de los Estados Americanos, 2000).

Por otra parte, Carlos Lusverti en sus Observaciones sobre la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión afirma que el instrumento jurídico “excluye a la Libertad de Expresión e Información como norma o principio constitucional expreso” (2005, p 240).

En efecto, en su artículo 1, la ley establece la responsabilidad social en la difusión y recepción de mensajes “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”. Pero en ninguna parte figuran los términos Libertad de Expresión o Información. Con respecto a este aspecto, Lusverti aclara lo siguiente:

Aún cuando no se haga expresa referencia, se podría argumentar que un concepto amplio de normas y principios constitucionales, necesariamente debe incluir “implícitamente” las normas protectoras a la Libertad de Expresión, lo mismo que la referencia genérica a los “Derechos Humanos”; pero teniendo en cuenta que el objeto de

regulación de la Ley es el mensaje que se difunde y recibe, es lógico suponer que se haga mención de la Libertad de Expresión cuyo vehículo es ese mensaje difundido (2005, p 240).

A pesar de esto, Lusverti explica que se sobreentiende que esta ley debe someterse a las normas de Libertad de Expresión para dar cumplimiento al artículo 23 de la Constitución Nacional, en el que se establece que los tratados en materia de Derechos Humanos tienen jerarquía constitucional.

INTERVENCIÓN EN LOS PROCESOS DE PRODUCCIÓN DE LOS MEDIOS

La obligación de transmitir producciones independientes ha sido otro aspecto ampliamente discutido por investigadores y juristas. Sobre este aspecto, Andrés Cañizález (2005, p.9) afirma:

Si bien es positivo promover y defender la producción nacional en radio y televisión, el texto legal establece innumerables condiciones para ser catalogado de productor independiente, cuyas producciones de forma obligante, los medios deben colocar en la mayor parte de la programación.

A su juicio, “una intervención estatal tan directa no puede ser la solución, y menos aún en el marco de una sociedad polarizada” (Cañizález, 2005, p. 9).

Cabe destacar las palabras de Margarita Escudero y Ana Cristina Núñez al respecto, quienes consideran:

Esta obligación, en el número de horas establecido por la ley para producción independiente, resulta irracional por excesiva, convirtiéndose prácticamente en una confiscación de los espacios, visto que se constituyen en casi un tercio del horario comprendido entre las 5a.m. y las 11a.m. (2005, p. 231).

Según expresan las abogadas, no existe otra ley en Derecho Comparado que destine un número similar de horas a la producción nacional independiente. Critican

el hecho de que la Comisión de Programación de Televisión tenga la función de asignar los espacios a los productores nacionales independientes, porque eso “implica la posibilidad de que dicha Comisión imponga a los medios de comunicación los productores independientes con los que tiene que contratar, convirtiéndose así en un nuevo mecanismo de imposición de determinados contenidos” (Escudero y Núñez, 2005, p. 231).

CONTRIBUCIÓN PARAFISCAL Y FONDO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL

Los prestadores de servicios de radio y televisión están obligados a cancelar un tributo correspondiente al 2% de sus ingresos brutos percibidos anualmente, el cual será utilizado para crear un Fondo de Responsabilidad Social que tiene como objetivo fomentar la producción nacional. Este tributo coexiste con el aporte del 1% establecido en el artículo 151 de la Ley Orgánica de Telecomunicaciones calculado también sobre los ingresos brutos de todos aquellos que presten servicios de telecomunicaciones (Carmona, 2006, p.244).

Como señalan Margarita Escudero y Ana Cristina Núñez (2005, p.233), las “cargas parafiscales excesivas en cabeza de los medios de comunicación social pueden convertirse en mecanismo de restricción indirecta de la libertad de expresión”.

Por otra parte, Juan Cristóbal Carmona Borjas critica “los términos genéricos en los que [la ley] faculta al Presidente de la República a decretar exoneraciones respecto del tributo, por cuanto luce en abierta contradicción con lo dispuesto en el artículo 74 del Código Orgánico Tributario” (2006, p.245).

OBJECIONES A LA LRSRT: RECURSOS DE NULIDAD INTERPUESTOS ANTE EL TRIBUNAL SUPREMO DE JUSTICIA

Luego de la puesta en práctica de la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión, diversos sectores de la sociedad civil han manifestado su desacuerdo con la manera en que fue aprobada por la Asamblea Nacional, pero también con diversos artículos por considerarlos contrarios a la libertad de expresión.

El primer recurso de nulidad que se presentó ante la Sala Constitucional del Tribunal Supremo de Justicia fue introducido el 12 de agosto de 2005 por el presidente de las empresas de comunicaciones 1BC, Marcel Granier, quien consideró que la normativa violaba derechos fundamentales amparados por la Constitución. En esa oportunidad, Granier afirmó a distintos medios de comunicación: “Esta es una ley muy peligrosa por la discrecionalidad que le da a un funcionario político, nombrado básicamente por el Presidente de la República” (En Correa y Cañizález, 2006, p.199). Hizo hincapié en las ambigüedades que existen a la hora de aplicar la normativa.

La Cámara Venezolana de la Industria de la Radiodifusión, a través de su presidente Ciro García, fue la segunda en pronunciarse jurídicamente con respecto a los alcances de la legislación. El 30 de noviembre de 2005, presentó un recurso de nulidad por inconstitucionalidad contra algunos artículos contenidos en la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión, la Ley Orgánica de del Poder Público y la Ley Orgánica de Telecomunicaciones (Correa, 2007, p. 182).

El 8 de diciembre de ese año, a través del magistrado Luis Velásquez Alvaray, el Tribunal Supremo de Justicia admitió el recurso de nulidad presentado por Marcel Granier en agosto. Sin embargo, “el juez negó la medida cautelar que suspendería los efectos de esta ley” (Correa y Cañizález, 2006, p. 245).

Por otra parte, Empresas Polar anunció el 17 de enero de 2006 que introduciría un recurso de nulidad con solicitud de amparo cautelar contra el artículo 10 de las normas técnicas de publicidad de la LRSRT, “que prohíbe el patrocinio deportivo por parte de las empresas venezolanas de bebidas alcohólicas en

actividades deportivas internacionales realizadas y difundidas en territorio nacional” (Correa, 2007, p. 90).

El cuarto recurso de nulidad contra la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión, por razones de inconstitucionalidad, fue interpuesto por Oscar Borges Prim el 17 de febrero de 2006 (Correa, 2007, p. 139). En tanto, el 21 marzo del mismo año, el director general de Globovisión, Alberto Federico Ravell, demandó ante la Sala Constitucional del Tribunal Supremo de Justicia la nulidad y suspensión de 15 de los 35 artículos de la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión, por considerar que contravenían la norma constitucional (Correa, 2007, p.138).

El día 23 de marzo de 2006, la Sala Constitucional admitió el recurso presentado por González Prim en febrero, pero “declaró (...) sin lugar la solicitud de medida cautelar interpuesta, mediante la cual se pretendía suspender los efectos del marco legal impugnado” (El Universal, 2006).

A pesar de la cantidad de objeciones que se habían hecho a la ley hasta ese momento, las manifestaciones de disidencia no pararon. El 11 de mayo de 2006, “las organizaciones políticas Primero Justicia y Movimiento Cambio acudieron ante la Sala Constitucional del Tribunal Supremo de Justicia para adherirse al recurso de nulidad que interpuso Radio Caracas Televisión” (Correa, 2007, p. 156).

Estos hechos provocaron la reacción inmediata del Poder Ejecutivo, que a través del Ministro de Comunicación e Información, William Lara, trató de ejercer acciones para defender la legislación. Por esa razón, el 13 de mayo de 2006, Lara solicita a la Procuraduría General de la República que habilite a su despacho para abogar por la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión (Correa, 2007, p. 157).

No obstante, las acciones contra el instrumento jurídico continuaban surgiendo. La organización Foro Penal Venezolano, junto a la emisora Radio Caracas Radio y a la ex presidenta de la Corte Suprema de Justicia, Cecilia Sosa, se presentaron el 11 de mayo de 2006 ante el poder judicial, con el objeto de plegarse a la acción que había interpuesto Marcel Granier (Correa, 2007, p. 158).

Ese mismo día, el ministro William Lara “introdujo en el Tribunal Supremo de Justicia un amparo en contra del recurso interpuesto por las Empresas 1BC sobre la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión” (Correa, 2007, p. 158). Aproximadamente un mes después, específicamente el 21 de julio de 2006, el ministro hizo nuevamente acto de presencia ante el organismo judicial para fungir como tercer ponente frente a dos demandas contra la normativa. “El primer recurso fue presentado por Radio Caracas Televisión (RCTV) y Radio Caracas Radio (RCR) y exige la nulidad del artículo, que establece multas y sanciones a los medios radioeléctricos que incurran en violación de sus derechos y los deberes de los usuarios. La segunda acción fue presentada por los abogados Jorge Kiriakidus y Juan Pablo Livanalli, quienes solicitaron la nulidad de toda la ley” (Correa, 2007, p. 180).

El 25 de julio de 2006 la Sala Constitucional admitió un recurso de nulidad por inconstitucionalidad presentado por la Cámara Venezolana de la Industria de la Radiodifusión (Correa, 2007, p. 182). En cuanto al recurso interpuesto por el canal de noticias Globovisión, no fue hasta el 12 de abril de 2007 que el Tribunal Supremo de Justicia declaró la admisión del documento jurídico (Tribunal Supremo de Justicia, 2007).

A pesar de todas las medidas legales que se presentaron ante el máximo organismo judicial, todavía no se ha dictado una sentencia definitiva sobre los mecanismos que pretendían suspender los efectos de la LRSRT.

POSTURA JURÍDICA DE GLOBOVISIÓN FRENTE A LA LEY DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EN RADIO Y TELEVISIÓN

La empresa Corpomedios GV Inversiones C.A., mejor conocida como Globovisión, interpuso un recurso de nulidad por inconstitucionalidad ante el Tribunal Supremo de Justicia el 21 de marzo de 2006, en el que dejó clara la postura del canal frente a la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión.

En el recurso jurídico, el canal de noticias denunciaba que a la normativa para regular los contenidos difundidos a través del espectro radioeléctrico se le otorgó carácter ordinario, a pesar de que el artículo 203 de la constitución expresa claramente que las leyes que se dicten para “desarrollar derechos constitucionales” deben poseer carácter orgánico. Al regular un derecho fundamental como la Libertad de Expresión, la normativa debió aprobarse con una mayoría calificada de 2/3 partes de los diputados presentes en el parlamento al inicio de la discusión. Por tanto, según afirmaban los representantes legales de Globovisión, la LRSRT fue aprobada de manera inconstitucional. (Núñez, Escudero, Espina y Herrera, 2006, p. 5-7)

Además, en el documento presentado ante el máximo tribunal de la República, Globovisión exponía una serie de razones por las que debería declararse la nulidad por inconstitucionalidad de una serie de artículos contenidos en la ley. Según sus alegatos, éstos contradicen lo establecido en la Convención Americana de Derechos Humanos –con rango constitucional según lo establecido en el artículo 23 de la Carta Magna – y la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela.

Los artículos impugnados fueron los siguientes:

- **Artículo 1, numerales 1 y 2.** De acuerdo a los argumentos esgrimidos por Globovisión, este artículo viola el derecho de igualdad señalado en el artículo 21 de la constitución (Núñez y cols, 2006, p. 24). Según explican:
[La norma] establece una discriminación injustificada al excluir legítimamente del ámbito de aplicación de la Ley a los canales extranjeros difundidos por cable, mientras que los canales cuya señal se produzca y reciba en el país, pero que sólo se difundan por cable, sí se encuentran sometidos a todas las regulaciones de la mencionada Ley (Núñez y cols, 2006, p. 23).
- **Artículo 3, numeral 3.** Al establecer una protección general del honor y reputación de todas las personas sin distinciones, la norma coarta el ejercicio de la libertad de expresión al impedir que se emitan críticas contra las figuras públicas.

Como reza el Recurso de Nulidad interpuesto por el canal de noticias ante el Tribunal Supremo de Justicia:

El mencionado artículo establece un tratamiento igualitario al honor y reputación de todas las personas sin distingo, cuando lo cierto, y de acuerdo con los parámetros internacionales existentes en la materia, las personalidades públicas, entre ellas los funcionarios públicos, están sometidas a una protección atenuada de su honor y reputación, por la función de interés público que desempeñan (Núñez y cols, 2006, p. 27).

- **Artículos 3 numeral 3 y 5 numeral 2.** Estas disposiciones expresan que “toda información que se trasmita a la colectividad debe cumplir con los parámetros de imparcialidad, veracidad y oportunidad” (Núñez y cols, 2006, p. 32). Según explica el recurso de nulidad, esto viola el artículo 13 de la Convención Americana de Derechos Humanos, de aplicación preferente según la constitución, en el cual se expresa que las personas tienen derechos a “buscar, recibir y difundir informaciones o ideas de toda índole” (Núñez y cols, 2006, p. 32).
- **Artículos 6; 7; 28 numerales 2 literales c y d, 3 literal a, y 4 literal b; 29 y 35.** En el recurso introducido ante el Tribunal Supremo de Justicia se explica que todos estos artículos violan el principio de tipicidad de las infracciones, al tiempo que limitan de manera exagerada el derecho a la libertad de expresión.

Los artículos 6, 7, 28 y 29 de la Ley de Radio y Televisión se encuentran viciados de nulidad por inconstitucionalidad por violación del artículo 49 ordinal 6 de la Constitución al incurrir en violación al principio constitucional de la reserva legal sancionatoria, toda vez que estos artículos hacen referencia a una serie de conductas sancionables, sin cumplir con los parámetros mínimos de determinación o descripción del supuesto de hecho de la infracción (Núñez y cols, 2006, p. 35)

En el documento se afirma que los criterios para aplicar las sanciones son imprecisos y pueden causar problemas a la hora de ejecutar medidas contra algún medio:

Los artículos 28 y 29 de la Ley de Radio y Televisión establecen las sanciones aplicables por el incumplimiento de las regulaciones establecidas en la ley, y devienen en inconstitucionales en virtud de que, por una parte, disponen de supuestos de hechos completamente vagos e imprecisos, valiéndose además de los conceptos indeterminados establecidos en los artículos 6 y 7 de la Ley de Radio y Televisión; y por otra, las sanciones que establecen son desproporcionadas por excesivas, lo cual se agrava con lo dispuesto en el artículo 35 *ejusdem*, al aplicar intereses moratorios en caso de falta de pago inmediato cuando la sanción impuesta sea una multa (Núñez y cols, 2006, p. 35).

- **Artículo 7 último aparte.** Según lo expresado por Globovisión, esta norma limita el derecho, garantizado en el artículo 13 de la Convención Americana de Derechos Humanos, en el que se expresa que toda persona tiene a disponer de información de toda índole.

De acuerdo a lo establecido en este artículo de la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión, sólo se pueden transmitir imágenes o descripciones de violencia, en informaciones o noticias en cualquier horario, cuando se trate de mensajes difundidos en vivo y en directo, que sean imprescindibles para la comprensión del hecho o para la integridad física de las personas (Núñez y cols, 2006, p. 65)

Esto quiere decir que, dependiendo del grado de violencia, la información no podrá ser difundida hasta el comienzo del horario supervisado, a las 7 de la noche, o hasta el inicio del horario adulto, a las 11 de la noche.

- **Artículo 10 numerales 1 y 2 y apartes segundo y tercero de la Ley de Radio y Televisión.** Globovisión denuncia que por medio de esta norma se intenta obligar a los medios de comunicación a transmitir mensajes oficiales de manera gratuita.

Los numerales 1 y 2 de este artículo, así como los apartes segundo y tercero, devienen en inconstitucionales por ser violatorios del derecho a libertad de expresión, ya que imponen límites a este derecho, siendo que obligan a los medios de comunicación a difundir determinados mensajes oficiales y prohíben la interferencia de estas transmisiones en cualquier forma (Núñez y cols, 2006, p. 68).

El numeral 1 concede al Ejecutivo Nacional la posibilidad de imponer transmisiones oficiales conjuntas, mejor conocidas como “cadenas”. Con respecto a este tema, Globovisión indica lo siguiente:

Con esta norma los medios de comunicación pierden la posibilidad de buscar, recibir y difundir informaciones u opiniones de toda índole, pues quedan obligados a la difusión de mensajes oficiales, cada vez que el Ejecutivo Nacional decida con la mayor discrecionalidad posible (sin límites de contenido ni duración), ordenar su transmisión (Núñez y cols, 2006, p. 69).

En el numeral 2, los medios tienen que colocar a disposición del Ejecutivo Nacional 70 minutos semanales para la difusión de mensajes culturales, educativos informativos o preventivos de servicio público. Según indica el documento, “el referido numeral constituye una nueva carga a los operadores, que viene a sumarse a la (...) transmisión de las “cadenas”, agravando una situación que como hemos dicho es completamente violatoria del derecho a la libertad de expresión” (Núñez y cols, 2006, p. 71).

Además, en los apartes segundo y tercero se prohíbe a los medios interferir en las transmisiones oficiales. “Esta medida implica que durante la transmisión de

estos mensajes el colectivo no podrá acceder a través de la radio y la televisión a información distinta a la impuesta por el Estado” (Núñez y cols, 2006, p. 72).

Artículo 14. Según los argumentos esgrimidos por Globovisión, el artículo 14 viola, entre otros aspectos, el derecho a la libertad económica de ciertos medios de comunicación y el derecho de los adultos de ver programación de todo tipo. En el Recurso interpuesto por Globovisión ante el Tribunal Supremo de Justicia, para solicitar la nulidad de la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión, se indica que la norma es violatoria por cuanto “limita injustificadamente el derecho constitucional a la libertad económica de quienes representan o dirigen canales especializados en temas ajenos a la programación infantil” (Núñez y cols, 2006, p.77). Pero además, afirma que se coarta “el derecho del público distinto a los niños y adolescentes (adultos), en el marco de la libertad de expresión, de tener acceso a programación de interés para adultos a cualquier hora” (Núñez y cols, 2006, p.77).

- **Artículo 15.** La norma se refiere a la creación de las Comisiones de Programación tanto de radio como de televisión y a la forma en que estarán conformadas. El documento presentado por Globovisión ante el máximo tribunal de la República expresa que tal disposición “se constituye en una violación de los derechos a la libertad de expresión e información, a la libertad económica y propiedad de los medios de comunicación” (Núñez y cols, 2006, p.103).

La razón es que dichos organismos no gozan de la independencia necesaria para asignar las producciones nacionales independientes, puesto que “al revisar cómo están conformadas las Comisiones de Programación se puede evidenciar claramente un excesivo control oficial en las decisiones” (Núñez y cols, 2006, p.103).

- **Artículo 25.** En relación al artículo 25, se critica la instauración de un nuevo gravamen –destinado a crear el Fondo de Responsabilidad Social – que pasa a engrosar la lista de obligaciones tributarias que ya poseen los medios de

comunicación. Aparte de cumplir con el régimen tributario ordinario, los prestadores de servicios de radio y televisión tienen que cumplir con los tributos establecidos por pertenecer al sector telecomunicaciones.

Globovisión afirma que la creación de esta nueva contribución viola los artículos 316 y 317 de la Constitución, relativos a las garantías de la capacidad contributiva y a la no confiscatoriedad tributaria. Sobre este aspecto, el canal afirma:

La Ley de Radio y Televisión, establece un gravamen adicional a los servicios de telecomunicaciones en Venezuela, generando en los contribuyentes que desarrollan esta actividad una carga excesiva que conlleva a la violación de su capacidad contributiva, ya que como hemos expuesto existe todo un régimen particular de tributos sobre las operadoras de radio y televisión adicional al régimen ordinario, como lo son los tributos establecidos en la Ley Orgánica de Telecomunicaciones, la cual establece una serie de tributos específicos a este tipo de actividad, dentro de los cuales se encuentra el Impuesto a los Servicios de Telecomunicaciones (IST) del 1% y la contribución especial a CONATEL del 0,5% (Núñez y cols, 2006, p.119).

Desde el punto de vista de Globovisión, este nuevo gravamen aumenta más del doble la imposición generada por los tributos anteriormente descritos, específicos del sector telecomunicaciones.

- **Artículos 28 cuarto aparte, 29 y 34 único aparte.** La petición de nulidad por inconstitucionalidad de estas normas y sus respectivos apartes se deriva de las violaciones que ejercen en contra de la libertad de expresión. Globovisión al respecto manifiesta:

Los artículos 28, 29 y 34 de la Ley de Radio y Televisión (...) hacen responsables a los medios de comunicación por la difusión de

contenidos emanados de terceras personas (opiniones, informaciones, propagandas, y publicidad, entre otros); constituyéndose así en obstáculos al libre flujo de ideas y opiniones al imponerle a los medios de comunicación la obligación de revisar y censurar las expresiones de terceros para evitar eventuales sanciones en su contra (Núñez y cols, 2006, p.131).

Así, los medios serían responsables no sólo de las infracciones cometidas por los anunciantes, sino también de las expresiones de sus entrevistados.

- **Artículo 33.** Globovisión impugna este artículo por considerar que consagra la censura previa, al otorgar a Conatel la facultad de prohibir programas que presuntamente infrinjan el contenido del artículo 29 numeral 1 de la LRSRT. En el recurso de nulidad se sostiene que “aún antes de que se determine en forma definitiva si se infringió o no la ley, la difusión del programa en cuestión está prohibida, lo que claramente nos coloca frente a un grosero supuesto de censura previa” (Núñez y cols, 2006, p.138).

Como se dijo anteriormente, el 12 de mayo de 2007 la Sala Constitucional del Tribunal Supremo de Justicia admitió el recurso introducido por el canal de noticias. Sin embargo, hasta la fecha no se ha emitido sentencia en el juicio de nulidad que Globovisión interpuso en contra de la ley.

UN CAMBIO DE PROCEDER OBLIGATORIO

Carlos Alberto Zuloaga, gerente de operaciones de Globovisión, afirma que desde la directiva del canal se han tenido que implementar ciertas estrategias para cumplir con las disposiciones de la LRSRT y, al mismo tiempo, mantener el posicionamiento del medio como canal temático (comunicación personal, abril 11, 2008).

Con respecto a las obligaciones de incluir programación para niños en un canal informativo, dirigido especialmente a un público adulto, Zuloaga expresa:

Hemos tenido que darle la vuelta al tema para tratar de no salir de aquello que es nuestra razón de ser: informar. De ahí nacen nuestras *Emisiones Juveniles Noticias Globovisión*, en las que hay adolescentes narrando noticias. Para estos segmentos buscamos noticias más ligeras —hacia deportes— y así hemos logrado cumplir con esa parte de la ley (Zuloaga, comunicación personal, abril 11, 2008).

Sin embargo, esta alternativa a veces causa contradicciones dentro del mismo programa. “Nos ha pasado mucho que en ese horario ocurre un evento y entonces ves a un adolescente de la Emisión Juvenil darle un pase a José Vicente Antoneti, quien se encuentra en el Tribunal Supremo de Justicia” (Zuloaga, comunicación personal, abril 11, 2008).

La consultora jurídica del canal, Ana Cristina Núñez, explicó que la obligación de introducir programación infantil prevista en la LRSRT afecta la actividad de un canal como Globovisión, por tratarse de un medio cuya filosofía consiste en transmitir contenidos noticiosos, dirigidos a adultos y difícilmente adaptables a un público joven (comunicación personal, abril 11, 2008).

Por otra parte, Zuloaga confiesa que el canal ha tenido que autocensurarse en ciertas ocasiones, porque la legislación contiene restricciones en horario todo usuario y supervisado cargadas de conceptos jurídicos indeterminados, que impiden precisar con exactitud, por ejemplo, cuando se está en presencia de un hecho violento.

Cuando ocurren manifestaciones o hechos violentos no podemos transmitir nada hasta después de las siete de la noche, o muchas veces, hasta después de las once de la noche. La ley te pone gran restricción en todo lo que es violencia, entonces, cuando lees las explicaciones específicas, todas son muy vagas; todo puede ser violencia (Zuloaga, comunicación personal, abril 11, 2008).

Para Núñez, una de las consecuencias inmediatas de la normativa ha sido la disminución inmediata de los programas de opinión por parte de los medios, con el objeto de evitar incurrir en alguna de las sanciones previstas los artículos 28 y 29 del texto legal. Generalmente esta autocensura por parte de los medios es provocada por la ambigüedad de los conceptos jurídicos contenidos en el artículo 6° de la LRSRT (comunicación personal, abril 11, 2008).

En cuanto a los aspectos positivos de la norma legal, Zuloaga (comunicación personal, abril 11, 2008) explica que la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión vino a formalizar la producción nacional independiente, porque aunque antes existían algunas producciones que trabajaban con cierta independencia, siempre se consideraban supeditadas a la directriz del medio y se calificaban como producción nacional.

CAPÍTULO III. OBJETIVOS Y CARACTERÍSTICAS METODOLÓGICAS

LOS OBJETIVOS

GENERAL

- Identificar los cambios que ha introducido Globovisión en su programación, luego de la aplicación de la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión.

ESPECÍFICOS

- Identificar la estructura de la programación transmitida por Globovisión en las fechas de estudio seleccionadas en 2004 y 2007.
- Comparar los componentes de la programación difundidos en los dos períodos de análisis.
- Comparar la oferta de programas anterior y posterior a la puesta en marcha de la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión, en relación con su público, origen, función, géneros y bandas horarias.
- Enumerar los cambios percibidos en la programación del canal.
- Identificar si los cambios introducidos se contradicen con la segmentación temática del canal.

NATURALEZA DE LA INVESTIGACIÓN

Este estudio busca describir, en sus componentes principales, los distintos elementos que integran la parrilla de programación del canal de noticias Globovisión en dos épocas específicas. Por ese motivo, puede considerarse como una investigación de *tipo descriptiva*.

De acuerdo a Roberto Hernández, Carlos Fernández y Pilar Baptista, en este tipo de trabajos, “el propósito del investigador es describir situaciones y eventos. Esto

es, decir cómo es y cómo se manifiesta determinado fenómeno” (1998, p. 60). Según aclaran, los estudios descriptivos “miden o evalúan diversos aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno a investigar” (1998, p. 60).

Por encontrarse en el área de las ciencias sociales, este estudio se basará en observaciones de fenómenos después de su ocurrencia, lo que imposibilita la manipulación de variables. Con base en esto, puede afirmarse que la presente es una *investigación no experimental*, definida por Fred Kerlinger (1999, p.394) como “una indagación empírica y sistemática en la cual el científico no tiene un control directo de las variables independientes porque sus manifestaciones ya han ocurrido o porque son inherentemente no manipulables”.

Los datos se recogerán a través de categorías de análisis que permitirán cuantificar el tipo de información proyectada por el medio durante los dos períodos a estudiar, cuestión que hará posible efectuar una comparación entre ambas etapas.

MODALIDAD DE TESIS

Por medio de este trabajo se pretende realizar un análisis descriptivo de cuatro días de programación del canal de noticias Globovisión, en una fecha anterior y otra posterior a la entrada en vigencia de la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión, a fin de establecer una comparación que permita identificar las modificaciones que ha sufrido la oferta programática de esta televisora luego de la aplicación de la normativa.

De acuerdo al Manual del Tesista de Comunicación Social, “en la investigación descriptiva se incluyen los estudios monográficos y gran parte de los análisis morfológicos, de contenido y de audiencia de los medios de difusión” (Universidad Católica Andrés Bello, 2003, p. 29). Por tanto, el presente trabajo se inserta en la *modalidad descriptiva*, considerando que intenta generar una representación del fenómeno estudiado a través de un análisis morfológico de la programación difundida por el medio en los períodos seleccionados.

INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL

Como paso previo al desarrollo del trabajo de grado, se realizó un arqueo documental con el fin de conocer la bibliografía existente sobre el tema de estudio. Desde el principio se tuvo en cuenta la importancia de conseguir libros, tesis, revistas o sitios académicos en Internet, que aportaran datos sobre el canal de noticias Globovisión, la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión, así como material relacionado con análisis de programación televisiva que sirviera de apoyo metodológico.

ARQUEO DOCUMENTAL

La Biblioteca Central de la Universidad Católica Andrés Bello, así como el Centro de Investigación de la Comunicación (CIC), ubicado en esa misma casa de estudios, fueron los principales institutos de consulta. Entre las bases de datos que tienen a disposición del público, la más útil para la investigación fue el Portal Recom, que contiene cuantiosa información sobre Comunicación Social existente tanto en el CIC, como en el Centro Gumilla.

El ciberespacio fue otra fuente de información. Además de utilizar buscadores tradicionales como Google o Yahoo, se visitaron índices de revistas como Redalyc o buscadores especializados como Google Académico y Copérnico, que dieron excelentes resultados. Por medio de ellos se pudo acceder a artículos completos de revistas, así como a documentos en formato PDF.

En el proceso de recolección de información, se revisaron las siguientes publicaciones: la Revista Latinoamericana de Comunicación CHASQUI; las revistas SIC y Comunicación, ambas editadas por el Centro Gumilla; Telos, revista de estudio interdisciplinarios en Ciencias Sociales de la Universidad Rafael Bellosillo Chacín; Hologramática, revista académica de la Facultad de Ciencias Sociales UNLZ; así como Telos, cuadernos de comunicación, tecnología y sociedad

Adicionalmente, fue necesario recurrir al bufete *Tinoco, Travieso, Planchart & Núñez Abogados* para que proporcionaran el recurso de nulidad que la planta de televisión interpuso contra la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión ante el Tribunal Supremo de Justicia.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

A continuación se especifican los documentos que fueron de especial relevancia para el desarrollo de la investigación:

- Aguiar, A.; Hernández, J.; Escudero, M.; Núñez, A.; Raffali, J.; Urdaneta, C.; Brewer-Carías, A. y Carmona, J. (2006) *Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión (Ley Resorte)*. Colección Textos Legislativos Número 35. Caracas: Editorial Jurídica Venezolana; Fundación de Estudios de Derecho Administrativo.

Este texto recopila varios análisis realizados por distintos autores sobre la LRSRT. Entre los ensayos que tuvieron mayor aporte para la investigación estuvieron los realizados por Asdrúbal Aguiar, Allan Brewer-Carías y Juan Cristóbal Carmona Borjas. En el libro se puede encontrar el análisis de Margarita Escudero León y Ana Cristina Núñez Machado, denominado *Comentarios críticos a la ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión*, que también aparece en otros documentos referidos a la normativa y que ha sido de suma importancia como apoyo teórico.

- Alvaray, N.; Arenas, Z.; Tkachenko, A. (1992) *La oferta de la televisión venezolana: Estudio de un día de programación en 13 televisoras*. Caracas: Fundación Carlos Eduardo Frías, Colección Canícula.

Como parte de su trabajo de grado, Nathalie Alvaray, Zamawa Arenas y Anacristina Tkachenko desarrollaron un estudio para determinar cuál era la oferta de la televisión venezolana en el año 1992. La investigación consistió en describir los tipos de programas que se transmitían, el origen de los mismos, el tipo de audiencia al que estaban dirigidos, así como el comportamiento de la publicidad y las autopromociones. Por las similitudes con la presente investigación, ha contribuido sobre todo como guía metodológica.

- Correa, C.; Cañizález, A. *Venezuela: Situación del Derecho a la Libertad de Expresión e Información. Informes 2004, 2005 y 2006*. Caracas: Espacio Público y Fundación Konrad Adenauer.

Los informes anuales realizados por los investigadores Carlos Correa y Andrés Cañizález, en alianza con Espacio Público y la Fundación Konrad Adenauer, aportaron información específica, especialmente en lo referido a las discusiones previas y posteriores a la aprobación de la LRSRT, así como datos sobre los recursos de nulidad interpuestos ante el máximo tribunal de la República en contra del instrumento legal. Además, en el Informe 2004, se anexa el análisis escrito por las abogadas Margarita Escudero León y Ana Cristina Núñez Machado y el realizado por Carlos Lusverti sobre el texto jurídico.

- Cañizález, A. (septiembre 2003) Ley Mordaza en Venezuela. *Revista Latinoamericana de Comunicación Chasqui*, 083, 60-67. Recuperado en junio 21, 2007, de <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/pdf/160/16008309.pdf>

Análisis crítico sobre las razones que impulsaron la promulgación de la Ley de Responsabilidad en Radio y Televisión y sobre las sanciones que contempla la normativa.

- Herrera, B. (junio 2004) VTV: nueva dinámica de la TV del Estado, según análisis morfológico de su programación. *Anuario Ininco/ Instituto de Investigaciones de la Comunicación UCV*, 1(16), 15- 47.

Este trabajo ha servido no sólo como orientación metodológica, sino también como referencia conceptual, ya que expone una definición clara sobre los análisis morfológicos de programación televisiva.

- Núñez, A.; Escudero, M; Espina, M.; Herrera, N. (2006) *Recurso interpuesto por Globovisión ante el Tribunal Supremo de Justicia, para solicitar la nulidad de la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión.*

Con el fin de explicar los argumentos que exponía Globovisión en contra del texto legal, era necesario conseguir el recurso de nulidad presentado por la planta televisiva ante el organismo judicial.

- Portales, D. (marzo-abril 1987) La contribución democrática de la televisión. *Revista Comunicación*, 57, 74-92. Caracas: Centro Gumilla.

En este artículo, Diego Portales define una matriz que contempla los 5 grandes géneros televisivos: documental, informativo, magazine, espectáculo y argumental, que ha sido de utilidad en la definición de las categorías de análisis de la presente investigación.

TESIS DE GRADO

El trabajo de grado que proporcionó mayor información útil para la investigación fue el siguiente:

- Lemke, K. (2002) *Estudio descriptivo de un canal temático especializado: caso Globovisión*. Tesis de grado, Universidad Católica Andrés Bello, Caracas.

Este trabajo fue especialmente útil en el aspecto teórico, debido a la escasa bibliografía existente sobre Globovisión. Entre otras cuestiones, la investigación incluye una historia en profundidad del canal de noticias, aparte de otros aspectos relevantes desde el punto de vista conceptual.

PROCESAMIENTO DOCUMENTAL

Con el objeto de desarrollar el marco histórico y contextual, así como el marco legal de este trabajo de grado, se identificaron previamente los libros, artículos de revistas y documentos provenientes de Internet apropiados para el desarrollo teórico de la investigación.

Posteriormente, se ubicaron las informaciones, así como las citas más importantes a destacar de cada uno de los autores consultados y se hicieron resúmenes que facilitaron el proceso de redacción de los dos primeros capítulos de la presente investigación.

Por otra parte, para el desarrollo del marco metodológico se usaron como modelo algunos análisis de programación televisiva. La información proporcionada por esos estudios se compaginó con algunas de las regulaciones impuestas a los contenidos radioeléctricos, que figuran en la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión, a fin de crear los instrumentos de recolección de los datos.

CAPÍTULO IV. DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN

FICHA DE IDENTIDAD DEL MEDIO

A continuación se presentan un conjunto de informaciones que identifican a Globovisión como empresa y describen el entorno en el que se desenvuelve. Estos datos son importantes para entender el sistema de relaciones en las que está inserto el canal objeto de estudio.

Tabla 1. *Ficha de identidad del medio*

La empresa	Globovisión es una organización integrada por dos empresas: aquella que recibe la concesión por parte del Estado, conocida como Corpomedios GV Inversiones C.A, y la que explota el negocio, denominada Globovisión Tele C.A (Núñez, comunicación personal, abril 11, 2008).
Indicación que acompaña al nombre	24 horas de información
Junta Directiva	▪ Guillermo Zuloaga Núñez, presidente ▪ Alberto Federico Ravell, director general ▪ María Fernanda Flores, vicepresidenta ejecutiva ▪ Nelson Mezerhane, accionista ▪ Carlos Alberto Zuloaga, gerente de operaciones
Lugar de residencia de la administración y la redacción	Prolongación avenida Los Pinos con calle Alameda, Quinta Globovisión, La Florida, Caracas.
Fecha de la primera transmisión	1º de diciembre de 1994
Tiempo de difusión diaria	24 horas

Zona principal de difusión	Globovisión transmite en señal abierta en el Distrito Capital y en el estado Carabobo. En el resto de Venezuela puede observarse gracias a los distintos servicios de televisión por suscripción y a las alianzas en las principales ciudades del interior con algunas televisoras como Sol TV y TV Los Llanos, así como a través de señales comunitarias en Altagracia de Orituco, Macuro y Santa Elena de Uairén (Globovisión, s.f., Cobertura). Internacionalmente, su programación puede observarse por medio de RCN en Colombia, Panamericana TV en Perú, Canal Sur, Canal 13 en Chile, Todo Noticias en Argentina, Montecarlo TV en Uruguay, Canal 4 y 8 en Tenerife y Ecuaviza en Ecuador.
Tipo de señal	Abierta
Frecuencia	Ultra Hight Frecuency (UHF)
Lugar de conservación del material audiovisual	Globovisión posee un archivo histórico en las instalaciones del canal, donde conserva el material que considera más importante, clasificado por fecha y hecho noticioso (Ruiz, comunicación personal, abril 11, 2008).
Relación con el sector oficial	Desde que Hugo Chávez Frías asumió el poder en 1998, los medios y sus coberturas periodísticas han sido los blancos predilectos del discurso oficial. Especialmente durante los años 2002 y 2003, caracterizados por una gran conflictividad política en el país, el gobierno identificaba a los cuatro principales canales de televisión de Venezuela –Venevisión, RCTV, Globovisión y Televen- no sólo como voceros de la oposición, sino como la oposición política en sí misma. Por esa razón, desde el ejecutivo comenzó a llamárseles “los cuatro jinetes del Apocalipsis”. Globovisión siempre ha sostenido una línea editorial crítica, por lo que se define como un medio independiente y combativo, que defiende la libertad y la democracia. Como afirmaba su director, Alberto Federico Ravell, en una

	entrevista concedida a la revista <i>Producto</i>, “Globovisión ha estado en la acera de enfrente de un Gobierno autoritario que copó todas las instituciones y los poderes públicos” (<i>Producto</i>, diciembre 2004). A partir de 2004, mientras medios como Venevisión y Televen han recurrido a la autocensura para evitar represalias por parte del gobierno, Globovisión se ha mantenido firme en su postura. Refiriéndose a este aspecto, Ravell asegura: “Ahora nos llaman el Llanero Solitario, porque pareciera que ya no existen los cuatro jinetes” (<i>Producto</i>, diciembre 2004). Globovisión es prácticamente la única televisora privada del país que sostiene actualmente una línea crítica contra el presidente de la República, Hugo Chávez Frías. Por medio de una misiva dirigida el 29 de junio de 2007 al vicepresidente de la República, Jorge Rodríguez, Globovisión denunció que es objeto de presiones por parte del gobierno, quien le ha negado reiteradamente la posibilidad de ampliar su cobertura en el territorio nacional. “No se ha dado respuesta a más de una decena de solicitudes de permisos hechas al gobierno, principalmente para la ampliación de cobertura y, además, se han desconocido derechos que Globovisión tiene sobre frecuencias que estaban reservadas a su favor”, afirmaba en el comunicado Guillermo Zuloaga, presidente de la planta televisiva (En <i>El Nacional</i>, julio 8, 2007, <i>Siete Días</i>, p. 14). Según advertía el documento, “sólo en el caso de Globovisión se han reportado ante la Fiscalía General de la República, la Defensoría del Pueblo y demás organismos competentes, 59 agresiones físicas y 174 agresiones verbales del Presidente de la República, Ministros y demás funcionarios” (En <i>El Nacional</i>, julio 8, 2007, <i>Siete Días</i>, p. 14).
--	--

	El canal además ha denunciado que el sistema de justicia es utilizado para amedrentar a la prensa libre. Actualmente existen 19 acciones judiciales, 6 procedimientos administrativos sancionatorios y varias investigaciones penales ante el Ministerio Público en contra de Globovisión (En El Nacional, julio 8, 2007, Siete Días, p. 14).
Estructura Jurídica	La empresa fue creada por venezolanos, con capital ciento por ciento privado. Los accionistas son Nelson Mezerhane, Alberto Federico Ravell, Guillermo Zuloaga y los herederos del difunto Luis Teófilo Núñez.
Cuerpo de trabajadores de la empresa	Aproximadamente 372 empleados, sin incluir a los gerentes y directivos del canal (Ruiz, comunicación personal, abril 11, 2008).

MUESTRA

Este estudio se basó en una muestra no probabilística, definida como aquella en la que “la elección de los elementos no depende de la probabilidad, sino de causas relacionadas con las características de la investigación o del que hace la muestra” (Hernández, Fernández y Baptista, 1998, p. 226). También son conocidas como “muestras dirigidas”, porque el procedimiento de selección es informal (Hernández y cols., 1998, p. 226).

Para la elaboración del trabajo, se seleccionó de forma arbitraria el año 2004, en un período previo a la publicación en Gaceta Oficial de la normativa, y el año 2007. Este último, por tratarse de una fecha en la que se habían vencido prácticamente todos los plazos para cumplir con las disposiciones transitorias, en donde se fijaron los lapsos para que los medios audiovisuales aplicaran paulatinamente la ley.

El único inconveniente que presentan estos períodos es que, en ambos casos, se ha tratado de años polémicos en la historia del país. El 15 de agosto de 2004 se

realizó el Referendo Revocatorio de mandato para el Presidente de la República, mientras que en 2007 no sólo se sacó de señal abierta a un canal como Radio Caracas Televisión, sino que además hubo un gran debate sobre una posible reforma a la Constitución de 1999. Para evitar los sesgos informativos que cualquiera de estos hechos haya podido imprimir en la programación, se estableció que tanto la fecha a elegirse en 2004 como la perteneciente a 2007 se ubicaría en el primer trimestre de cada año, considerando que ninguno de los citados hechos ocurrió para la fecha.

Con base en estos criterios, se escogió al azar una semana de cada año. En 2004, resultó seleccionado el período que va del lunes 22 marzo hasta el domingo 28 de marzo y, en 2007, el período que inicia el lunes 19 marzo y culmina el domingo 25 de marzo.

Considerando que la programación más representativa es la que transmite el canal entre lunes y viernes, se eligió al azar un día de cada uno de los períodos previamente definidos. De esa forma, se seleccionaron como fechas de estudio el 26 de marzo de 2004 y el 21 de marzo de 2007.

Sin embargo, al revisar el listado con la parrilla de programación del canal correspondiente a 2007, se observó que gran parte de las Producciones Nacionales Independientes, programas culturales y de entretenimiento se ubicaban los fines de semana. Por esa razón, y con el fin de medir cómo varió realmente la programación en las fechas seleccionadas, se eligió al azar un día correspondiente al fin de semana, de los períodos definidos al principio de la investigación. El 28 de marzo de 2004 y el 24 de marzo de 2007 resultaron escogidos para la ejecución del trabajo de grado.

Por esa razón, el corpus de trabajo quedó conformado por la programación transmitida durante los días 26 y 28 de marzo de 2004, así como por la difundida durante el 21 y 24 de marzo de 2007, en el horario comprendido entre el inicio del programa más cercano a las 5 de la mañana y el final del Himno Nacional transmitido a las 12 de la noche. Esto se debe a que en las horas de la madrugada, el canal repite parte de la programación divulgada durante el día anterior.

MÉTODO DE ANÁLISIS

Con el fin de identificar la estructura de la programación emitida por el canal de noticias Globovisión, se crearon matrices de análisis que permitieron clasificar en categorías los distintos elementos de la oferta televisiva. Para alcanzar este objetivo, se aplicó un análisis morfológico, definido por Bernardino Herrera como “la estructura de forma que compone la programación ordinaria de un canal de televisión” (2004, p. 29).

Como el mismo explica en *VTV: nueva dinámica de la TV del Estado, según análisis morfológico de su programación* (2004, p. 29):

Una manera de estudiar la “forma” de la programación es clasificando los diferentes programas por géneros y subgéneros. Observando la estructura de cada género y subgénero, y en suma, la estructura general de forma de la programación de un canal, se ponen en evidencia los patrones programáticos que prefiguran la ‘personalidad’ de cada planta de televisión.

Según establece este autor, el análisis morfológico como método sólo es válido para los canales generalistas y no aplica a los canales de televisión especializados como es el caso de Globovisión.

Sin embargo, luego de la puesta en práctica de la LRSRT, el canal de noticias ha tenido que generar programas educativos y culturales, dirigidos a niños y adolescentes, para cumplir con las exigencias impuestas en el instrumento jurídico. Todo esto hace suponer que algunos de los programas que se generaron a partir de aplicación la ley, corresponden a géneros distintos al informativo.

Por tanto, se ha decidido aplicar este método para posteriormente comparar y enumerar las diferencias entre la programación que se hacía antes y después de la aplicación del texto legal.

COMPONENTES DE LA PROGRAMACIÓN

Desde el principio, este estudio ha tenido por misión identificar la estructura de la programación transmitida por Globovisión en los períodos antes mencionados, como paso previo para la comparación de los contenidos difundidos en ambas épocas. Pero antes de proceder en el análisis es necesario hablar sobre los componentes que constituyen las emisiones televisivas o unidades analizables.

Cuando se realiza un estudio sobre programación, hay que tener en cuenta que ésta no se compone solamente de programas. Existen otras piezas audiovisuales que se combinan para conformar la oferta de la televisión. Los segmentos publicitarios y las autopromociones del canal, entre otros, forman parte de ese conjunto de fragmentos unidos a los que se conoce como programación.

Al momento de recoger y ordenar los datos, se decidió dividir la programación en cuatro grandes bloques: programas, publicidad, propaganda y segmentos auto referenciales.

Sin embargo, estas categorías no eran suficientes para clasificar las emisiones de la televisión. Atendiendo a las disposiciones contenidas en el artículo 10 de la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión, se incluyeron los Mensajes de Servicio Público y las Alocuciones Oficiales.

También se incluyó un bloque denominado Himno Nacional, debido a la imposibilidad de clasificar esta pieza audiovisual en alguno de las categorías anteriores.

INSTRUMENTOS

Con el fin de describir la oferta programática de Globovisión, se decidió crear dos tipos de fichas de análisis; una que recogiera la estructura de la programación y otra que hiciera énfasis en el componente fundamental de la pauta televisiva: los programas.

Si bien este estudio considera los demás componentes, dedica especial cuidado a los programas, no sólo porque son las unidades fundamentales de la programación, sino porque a través de ellos se sabrá si la inclusión, por ejemplo, de producciones nacionales independientes o de programas de corte educativo y cultural, en un medio destinado exclusivamente a la producción de información noticiosa, ha generado contradicciones en la segmentación temática del canal.

La medición del resto de los componentes permitirá, por otra parte, conocer cómo ha variado el tiempo destinado por el medio a cada uno. Sin embargo, esta investigación excluirá, por limitaciones de tiempo, el estudio en profundidad de cada uno de los componentes restantes. A continuación se describen los instrumentos de medición a emplear en este estudio.

FICHA DE ESTRUCTURA DE LA PROGRAMACIÓN

La ficha de estructura de la programación, como su nombre lo indica, tiene por objeto recoger el orden en que se transmiten los distintos componentes de la programación, así como la duración de cada uno de ellos. Este instrumento de medición está compuesto por las siguientes categorías de análisis:

Categoría A: Tipo de componente

Tabla 2. *Categoría e Indicadores: Tipo de Componente*

Categoría	Indicadores
Tipo de componente	▪ Programa (PR) ▪ Segmento publicitario (PUB) ▪ Segmento propagandístico (PPG) ▪ Mensajes de Servicio Público (MSP) ▪ Alocuciones Oficiales (AO) ▪ Segmento Auto referencial (SAR) ▪ Himno Nacional (HN)

Definición de la categoría

Piezas audiovisuales que se combinan para conformar la oferta de la televisión.

Definición de los indicadores

- *Programa (PR)*: como explican Alvaray, Arenas y Tkachenko (1992, p.28), el programa es la unidad básica del repertorio programático y puede ser estudiado como una estructura autónoma e independiente o como una estructura dentro de otra superior denominada programación.
- *Segmento publicitario (PUB)*: pieza audiovisual que tiene como finalidad ofrecer un producto o servicio y que utiliza los medios de difusión en forma paga para obtener objetivos comerciales, a través de la formación, cambio o refuerzo de la actitud de su público objetivo.
- *Segmentos propagandísticos (PPG)*: Usa la comunicación como una herramienta para la propagación de ideas políticas, filosóficas, morales, sociales o religiosas y no con fines comerciales (Billourou en D’Almeida, 2004, p. 10). Aquí se incluirán las inserciones propagandísticas con mensajes provenientes del gobierno y organismos del Estado, de organizaciones privadas, de partidos políticos, movimientos y gremios.
- *Mensajes de Servicio Público (MSP)*: Se refiere a los mensajes culturales, educativos, informativos o preventivos de servicio público que, según especifica la LRSRT en su artículo 10°, el Estado puede difundir gratuitamente a través de los servicios de radio y televisión. Aunque la normativa establece que también deben incluirse en esta disposición las alocuciones oficiales, para efectos de la investigación se considerarán de manera separada.
- *Alocuciones Oficiales (AO)*: son todos aquellos mensajes o discursos provenientes de la Presidencia de la República, la Vicepresidencia o los ministros, que deben ser transmitidos gratuita y obligatoriamente por los medios audiovisuales, según lo contemplado en los artículos 10° de la LRSRT y 192° de la Ley Orgánica de Telecomunicaciones.

- *Segmentos Auto Referenciales (SAR)*: Se refieren a las promociones que realiza la televisora sobre sí misma o sobre su oferta de programación.
- *Himno Nacional (HN)*: pieza audiovisual que contiene la letra y música del Himno Nacional, que debe ser transmitida por todos los prestadores de servicios de radio y televisión, cuya difusión y recepción de imágenes o sonidos tenga lugar dentro del Territorio de la República Bolivariana de Venezuela, de acuerdo a lo establecido en el artículo 4º de la LRSRT.

Categoría B: Nombre del segmento

Tabla 3. *Categoría e Indicadores: Nombre del Segmento*

Categoría	Indicador
Nombre del segmento	Varía según la identificación que tenga el componente de la programación que se esté transmitiendo

Definición de la categoría

Se refiere a la denominación que identifica a cada componente

Categoría C: Hora de transmisión

Tabla 4. *Categoría e Indicadores: Hora de Transmisión*

Categoría	Indicadores
Hora de transmisión	▪ Inicio ▪ Final

Definición de la categoría

Se refiere al momento de inicio y finalización del programa, el cual será reflejado en horas, minutos y segundos.

Definición de los indicadores

- *Inicio:* se refiere a la hora, minuto y segundo en que se inició la transmisión del componente de la programación.
- *Final:* se refiere a la hora, minuto y segundo en que finalizó la transmisión del componente de la programación.

Categoría D: Duración

Tabla 5. *Categoría e Indicadores: Duración*

Categoría	Indicador
Duración	Depende de la cantidad de tiempo que haya durado la transmisión del componente de la programación

Definición de la categoría

La duración es el tiempo que permanece al aire un determinado componente de la programación, el cual se contabilizará en horas, minutos y segundos.

FICHA DE PROGRAMAS

Por medio de este instrumento de análisis se recogerá el orden de transmisión de los programas y se clasificarán de acuerdo a su origen, público destino, género, entre otros elementos. Esta ficha está compuesta de las siguientes categorías:

Categoría A: Nombre del programa

Tabla 6. *Categoría e Indicadores: Nombre del Programa*

Categoría	Indicador
Nombre del programa	Varía según la identificación del programa que se esté transmitiendo

Definición de la categoría

Se trata de la denominación que permite identificar y diferenciar un programa de otro.

Categoría B: Duración

Tabla 7. *Categoría e Indicadores: Duración de los Programas*

Categoría	Indicador
Duración	Depende de la cantidad de tiempo que haya durado la transmisión del programa

Definición de la categoría

Se refiere al tiempo que permanece al aire un determinado programa, el cual se contabilizará en horas, minutos y segundos. Como esta categoría se refiere exclusivamente a los programas, no se contabilizarán los tiempos destinados a los segmentos publicitarios, propagandísticos, auto referenciales, Mensajes de Servicio Público, Alocuciones Oficiales o Himno Nacional.

Categoría C: Bandas Horarias

Tabla 8. *Categoría e Indicadores: Bandas Horarias*

Categoría	Indicadores
Bandas horarias	▪ Mañana (Ma) ▪ Tarde (Ta) ▪ Noche (No)

Explicación de la categoría

Cada uno de los días a estudiar será dividido en bandas horarias, lo que permitirá conocer cuando se realice la comparación entre los dos períodos de estudio, cuáles

han sido las variaciones en la distribución de los distintos espacios en la parrilla de programación, considerando que la ley establece restricciones de horario según los públicos a los que se dirigen los programas.

Las bandas horarias no fueron definidas de acuerdo a los bloques horarios que se especifican en el artículo 7º de la LRSRT, puesto que éstos establecían períodos de tiempo que dificultaban la realización del estudio. Cabe acotar que cuando un programa abarque más de una banda horaria, al momento de contabilizar el tiempo, éste se sumará a la banda en que inició la transmisión.

Definición de los indicadores

- *Mañana (Ma)*: banda horaria comprendida entre las 5:00 a.m. y las 11:59 a.m.
- *Tarde (Ta)*: banda horaria comprendida entre las 12:00 p.m. y las 6:59 p.m.
- *Noche (No)*: banda horaria comprendida entre las 7:00 p.m. y las 12:00 p.m.

Categoría D: Público destino

Tabla 9. Categoría e Indicadores: Público Destino

Categoría	Indicador
Público destino	▪ Adultos(A) ▪ Niños, niñas y adolescentes (NNA) ▪ Niños y niñas (NN) ▪ Adolescentes (ADL)

Definición de la categoría

El público destino es la audiencia a la que va dirigida el programa

Definición de los indicadores

- *Adultos(A)*: personas mayores de 18 años de edad.
- *Niños, niñas y adolescentes (NNA)*: menores de 18 años de edad

- *Niños y niñas (NN)*: como especifica el artículo 2º de la Ley Orgánica para la Protección del Niño y del Adolescente (Lopna, 2007), se entiende por niño toda persona menor de 12 años de edad.
- *Adolescentes (ADL)*: son las personas con edades comprendidas entre los 12 y los 17 años, según lo establecido en la Lopna (2007, Art. 2º).

Categoría E: Origen

Tabla 10. Categoría e indicadores: Origen

Categoría	Indicador
Origen	▪ Producción Nacional (PN) ▪ Producción Nacional Independiente (PNI) ▪ Producción extranjera (PE) ▪ Coproducción (CO)

Definición de la categoría

Se refiere a la procedencia de los programas que se transmiten en la televisora.

Definición de los indicadores

- *Producción Nacional (PN)*: son los programas realizados por la propia televisora, “en cuya creación, dirección, producción y postproducción se pueda evidenciar (...) la presencia de capital venezolano, locaciones venezolanas, guiones venezolanos, autores o autoras venezolanas, directores o directoras venezolanos, personal artístico venezolano, personal técnico venezolano y valores de la cultura venezolana”, de acuerdo con lo especificado en el artículo 13 de la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión (2004).
- *Producción Nacional Independiente (PNI)*: son los programas realizados por productores nacionales independientes. Abarca a todas aquellas producciones audiovisuales en cuya creación, dirección, producción y postproducción hayan

intervenido personas naturales o jurídicas identificadas como productoras o productores nacionales independientes e inscritos en el registro que llevará la Comisión Nacional de Telecomunicaciones (LRSRT, 2004, Art. 13).

- *Producción Extranjera (PE)*: se refiere a los programas cuya creación, dirección, producción y postproducción se realiza en el exterior del país y que son adquiridos por las televisoras a través de alianzas estratégicas o por la compra del material audiovisual.
- *Coproducción*: son los programas cuya creación, dirección, producción y postproducción se efectúa de manera conjunta entre venezolanos y personas que laboran en el exterior del país.

Categoría F: Función

Tabla 11. Categoría e Indicadores: Función

Categoría	Indicador
Función	▪ Informar (Inf) ▪ Educar (Edu) ▪ Entretener (Ent) ▪ Opinar (Opi)

Explicación de la categoría

Luego de evaluar los distintos artículos de la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión, se decidió que era importante incluir en el análisis lo especificado en el artículo 5, referido a los tipos de programas. En el texto legal se definen cinco tipos: cultural y educativo; informativo; de opinión; recreativo o deportivo; y mixto.

El problema que se encontró en esta categorización es que no era lo suficientemente excluyente, cuestión que podía ocasionar dificultades a la hora de ubicar un programa en alguna de estas categorías. Por esa razón, considerando que esta clasificación deriva de las funciones de la comunicación, se incluyó una categoría denominada

“Función”, donde se especificará cuál es el objetivo que perseguía el programa. Con el fin de facilitar el trabajo del investigador, al momento de recoger los datos se escogerá la función que prevaleció. Atendiendo a las definiciones esbozadas en el texto legal, se identificaron las siguientes funciones:

Definición de los indicadores

- *Informar (Inf)*: predomina la intención de difundir información de interés público sobre personas o acontecimientos locales, nacionales e internacionales.
- *Educar (Edu)*: predomina el interés de difundir mensajes que tengan como objetivo la formación integral de los individuos.
- *Entretener (Ent)*: predomina el interés por difundir mensajes que proporcionen diversión a las personas y sirvan para el esparcimiento.
- *Opinar (Opi)*: en los mensajes difundidos, predomina la intención de dar a conocer pensamientos, ideas, opiniones, criterios o juicios de valor sobre personas, instituciones públicas o privadas, temas o acontecimientos locales, nacionales o internacionales.

Categoría G: Géneros

Tabla 12. Categoría, Indicadores y Clasificación: Géneros

Categoría	Indicadores	Clasificación
Géneros	▪ Género Informativo y de opinión (GIO)	➤ Entrevista ➤ Foro ➤ Noticiero ➤ Reportaje ➤ Análisis ➤ Informaciones de la prensa

	▪ Género Magazín (GM) ▪ Género de Entretenimiento (GE) ▪ Género documental (GD)	➤ Revista informativa ➤ Avance informativo ➤ Resumen informativo ➤ Clip de noticias ➤ Consejos ➤ Magazín cultural ➤ Magazín tecnológico ➤ Magazín deportivo ➤ Deportes ➤ Comedia ➤ Documental
--	---	---

Explicación de la categoría

Para elaborar los indicadores y categorías correspondientes a esta categoría se usó como referencia la clasificación propuesta por Diego Portales en *La Contribución Democrática de la Televisión*, con el objeto de definir los géneros que componen la oferta televisiva. Sin embargo, se atendió a las modificaciones que realizan a la categorización de este autor Nathalie Alvaray, Zamawa Arenas y Anacristina Tkachenko en *La oferta de la televisión venezolana: estudio de un día de programación en 13 televisoras*, al tiempo que se realizaron otros cambios con el objeto de adaptar los indicadores y categorías al objeto de estudio: Globovisión.

Definición de los indicadores y su respectiva clasificación

- *Género Informativo y de opinión (GI)*: es aquel que reseña noticias u opiniones, nacionales o internacionales, en torno a un acontecimiento de actualidad y que suele presentar en pantalla a los actores, lugares, situaciones y consecuencias del hecho noticioso. Este género se puede clasificar de la siguiente manera:
 - Entrevista: espacio televisivo en el que un periodista interpela a su invitado para que éste exprese sus opiniones o posiciones sobre temas de interés público o sobre su propia vida. El programa puede incluir varias entrevistas.
 - Foro: intercambio de opiniones entre varios actores en torno a un tema específico, con un moderador que coordina la participación entre los distintos invitados y, en ocasiones, la participación del público televidente quien interactúa mediante llamadas telefónicas. Puede combinarse con la presentación de informaciones de actualidad que sirvan para contextualizar el tema abordado.
 - Noticiero: programa destinado a la entrega de información de actualidad, referida al acontecer nacional o internacional, conducido por uno o varios presentadores, que se caracteriza por jerarquizar las noticias según su importancia y clasificarlas en secciones.
 - Reportaje: aborda en profundidad un tema de actualidad, en el que se trata de mostrar la opinión de diversos actores sobre ese determinado hecho o acontecimiento.
 - Análisis: programa basado en la interpretación de uno o varios periodistas, apoyados en las opiniones de especialistas, sobre aspectos relevantes de un tema determinado, con el fin de brindar herramientas al televidente para colocar las noticias en su contexto
 - Informaciones de la prensa: programas basados en la lectura de la prensa nacional e internacional. Se trata de un abreboca de las principales informaciones que reseñan los medios impresos. En ciertas ocasiones se

caracterizan por establecer contactos con los directores o periodistas de los diarios para que comenten las noticias que saldrán reflejadas en esos medios.

- Revista informativa: espacio televisivo que intenta simular a una revista sobre temas de actualidad, que puede incluir noticias provenientes tanto del propio canal como de la prensa escrita y de Internet, pero que a su vez incorpora entrevistas y segmentos destinados a informar, comentar y opinar sobre hechos de gran relevancia en el ámbito nacional, internacional, deportivo, económico y del mundo de la farándula.
- Avance informativo: segmentos que pueden interrumpir la transmisión de un determinado programa, a fin de informar sobre un hecho que está ocurriendo en el momento o que por su importancia debe darse a conocer con la mayor prontitud posible al público televidente.
- Resumen informativo: programa que hace una síntesis de las noticias más importantes del día o la semana.
- Clip de noticias: piezas audiovisuales de corta duración, caracterizadas por la ausencia de la narración del periodista, en donde se reproducen hechos o declaraciones de personajes de la esfera política, económica o social. Pueden reflejar la postura editorial del medio responsable de la selección del segmento audiovisual.

Género Magazín (GM): Son los programas de diverso formato que se caracterizan por el uso de lenguaje coloquial en el tratamiento de distintos aspectos de la vida. Como en el caso de las revistas especializadas, pueden destinarse a públicos específicos (femeninos, infantiles, entre otros). Dentro de este género se ubican:

- Consejos: ofrecen recomendaciones e información sobre temáticas variadas (cocina, decoración, moda, jardinería, consejos médicos, psicológicos, legales, religiosos, enseñanzas para los niños, entre otros) (Alvaray, Arenas y Tkachenko, 1992, p. 67).

- **Magazín cultural:** intercala informaciones de interés general sobre cultura y espectáculos, con entrevistas y videos relativos a esta temática.
 - **Magazín tecnológico:** programa en el que se abordan de forma ligera temas de actualidad sobre las nuevas tecnologías, la ciencia y la informática.
 - **Magazín deportivo:** combina informaciones breves sobre la actualidad deportiva, con reseñas históricas sobre el deporte nacional o internacional y entrevistas a personalidades.
- ***Género de Entretenimiento (GE):*** programas que tienen por objeto proporcionar entretenimiento o diversión y en los que se exponen las destrezas o habilidades físicas, intelectuales o expresivas de los participantes. Se divide en las siguientes categorías:
 - **Deportes:** segmento destinado a la transmisión global o parcial de eventos deportivos en cualquiera de sus manifestaciones.
 - **Comedia:** programas destinados a la comedia.
 - ***Género Documental (GD):*** son aquellas obras de soporte narrativo audiovisual que ofrecen información sobre alguna realidad, poniendo en contexto sus circunstancias, antecedentes y consecuencias (Alvaray, Arenas y Tkachenko, 1992, p. 67, 68). Hacen énfasis en una determinada perspectiva, por eso pueden encontrarse documentales históricos, geográficos, científicos o sobre el mundo de la cultura.

UNIDADES DE MEDICIÓN

En la realización de un análisis de programación, la medición del tiempo es fundamental para cuantificar los componentes que conforman la oferta televisiva de un determinado canal. De tal manera, se ha decidido hacer la medición en horas, minutos y segundos.

RECOLECCIÓN DE LOS DATOS

Ficha de estructura de la programación

Los datos se recogieron en el mismo orden de transmisión, incluyendo los cortes entre programas. Por ejemplo, si el primer segmento del programa duraba 15 minutos y a continuación le seguía una pauta publicitaria y un segmento auto referencial, en la tabla se reflejaba de la siguiente manera:

Tipo	Nombre	Hora de transmisión		Duración		
		Inicio	Final	H	M	S
PR	Noticias RCN	5:04:10	5:19:19	0	15	09
SAR	Biografías Globovisión	5:19:20	5:19:50	0	00	30
SAR	A tu salud light	5:19:51	5:20:12	0	00	21
PR	Noticias RCN	5:20:13	5:28:38	0	08	25

Cabe acotar que la ficha de estructura de programación, sirvió de base para llenar la ficha de programas, debido a que ésta recogió la duración de los componentes y el orden de transmisión de cada uno.

Ficha de programas

Al igual que en el caso anterior, esta ficha recogió los datos en el orden de aparición de los mismos, excepto que se limitó al componente “programas”. Por tanto, los tiempos contabilizados con este instrumento sólo harán referencia a los programas, excluyendo los tiempos de publicidad, propaganda, segmentos auto referenciales y otros componentes de la programación.

En cuanto a las categorías *nombre del programa* y *duración*, la recolección de los datos se hizo a partir de la ficha de estructura de programación, considerando que a través de ese instrumento ya se había recogido esa información.

Por otra parte, en las categorías *bandas horarias*, *público destino* y *origen* se marcó con una X un solo indicador según el programa.

Los datos correspondientes a la categoría *géneros* se recolectaron de forma parcialmente distinta. Dentro de cada indicador, el investigador anotó la clasificación en la que se ubicaba cada programa.

Por último, la categoría *Función* se seleccionó con una X el indicador en que resultó predominante durante la transmisión de la pieza audiovisual. Esto se debe a que una determinada emisión televisiva puede tener, por ejemplo, la finalidad de informar y opinar al mismo tiempo. A efectos de hacer más sencilla la interpretación de los datos se escogió la función predominante.

Ficha de estructura de programación

Tabla 13. *Instrumento de recolección de datos: estructura de programación*

[illegible]

Ficha de programas

Tabla 14. *Instrumento de recolección de datos: programas*

[illegible]

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO POR EXPERTOS

El instrumento de análisis presentado anteriormente es el resultado de una validación por expertos que tuvo por objeto determinar si las fichas de recolección de datos diseñadas eran adecuadas para medir el objeto de estudio de esta investigación. Para evaluar dicho instrumento se consideró la pertinencia (P) de las categorías de análisis, así como de los indicadores y de su respectiva clasificación, y en segundo lugar la forma en que estaban redactados (R).

Entre los expertos consultados estuvieron los profesores Jorge Ezenarro y Carlos Eduardo Ramírez de la Universidad Católica Andrés Bello.

El Anexo D muestra el documento que se presentó a los expertos, en el cual estaba la versión preliminar del instrumento de análisis diseñado. Las modificaciones sugeridas por los profesores se recogieron en el Anexo E.

CAPÍTULO V. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

A continuación se interpretarán y discutirán los resultados obtenidos en el desarrollo de la investigación, partiendo de las bases teóricas expuestas en el marco legal, histórico y contextual.

Cabe acotar que el canal de noticias Globovisión transmitió, durante el período estudiado en 2004, un total de 37 horas 40 minutos 41 segundos de programación, que se repartieron en dos días de emisiones. El 26 de marzo de 2004 se proyectó 50,17% del tiempo total sometido a análisis, mientras que la programación del 28 de marzo de ese año ocupó el restante 49,83%.

Por otra parte, el tiempo total analizado durante 2007 abarcó 37 horas 33 minutos 20 segundos, de los cuales 49,91% se transmitió el 21 de marzo de ese año y 50,09%, el 24 de marzo (Ver Tabla 15).

Tabla 15. *Tiempo Total Dedicado a la Programación en cada Día y Año*

Año	Tiempo	%
26-03-2004	18:54:06	50,17%
28-03-2004	18:46:35	49,83%
Año 2004	37:40:41	100,00%
21-03-2007	18:44:35	49,91%
24-03-2007	18:48:45	50,09%
Año 2007	37:33:20	100,00%

LOS COMPONENTES DE LA OFERTA PROGRAMÁTICA

Antes de la promulgación de la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión, la normativa legal vigente hasta ese momento imponía la inclusión de ciertos componentes en la oferta programática de los medios, además de los

programas, publicidad, propaganda y segmentos auto referenciales que era habitual observar en la televisión.

En la Reforma Parcial del Reglamento de Radiocomunicaciones de 1984, el artículo 69 imponía a los medios colocar sus micrófonos a disposición del Presidente de la República o los Ministros de manera gratuita para emitir mensajes de interés público. De ahí que las alocuciones oficiales no fueran algo nuevo. Tampoco lo era la imposición de transmitir el Himno Nacional, que se había vuelto norma en las resoluciones N° 407 del 27 de julio de 1982 y N° 1029 del 17 de diciembre de 1982.¹

Por esa razón, no es extraño que en 2004, la programación del canal de noticias Globovisión estuviera conformada por 6 componentes, de los cuales el Himno Nacional y las alocuciones oficiales fueran parte integrante. Durante el 26 de marzo de 2004, el componente programas ocupó el primer lugar con un 76,58% del tiempo de transmisión, mientras que en segundo puesto se ubicó la publicidad con 19,63%. Los demás elementos de la programación representaron una pequeña porción del tiempo total de emisiones, si bien destacó la difusión de una alocución oficial con una duración equivalente a 0,85% (Ver Tabla 16).

Tabla 16. *Distribución de Componentes de la Oferta Programática en Función del Tiempo Total de Emisiones 26-03-2004*

Componentes	26-03-2004	
	Duración	%
Programas	14:28:26	76,58%
Publicidad	3:42:34	19,63%
Propaganda	0:07:51	0,69%
Segmentos Auto Referenciales	0:22:17	1,96%
Himno Nacional	0:03:18	0,29%
Alocuciones Oficiales	0:09:40	0,85%
Total	18:54:06	100,00%

Por otra parte, programas y publicidad fueron los componentes que tuvieron mayor duración el 28 de marzo de 2004, con un 76,52% y 15,54%, respectivamente. Sin embargo, este día los segmentos auto referenciales ocuparon un fragmento

¹ Ver páginas 27, 30 y 31, donde se explican con detalle el reglamento y sus resoluciones.

importante de la oferta programática con un 7,04%. La propaganda representó 0,61% de las emisiones; el Himno Nacional, 0,29%; y no hubo alocuciones oficiales (Ver Tabla 17).

Tabla 17. *Distribución de Componentes de la Oferta Programática en Función del Tiempo Total de Emisiones 28-03-2004*

Componentes	28-03-2004	
	Duración	%
Programas	14:22:02	76,52%
Publicidad	2:55:07	15,54%
Propaganda	0:06:50	0,61%
Segmentos Auto Referenciales	1:19:18	7,04%
Himno Nacional	0:03:18	0,29%
Alocuciones Oficiales	0:00:00	0,00%
Total	18:46:35	100,00%

Sin embargo, en el período estudiado en 2007, aparece un componente en la oferta programática de Globovisión que no se había divisado hasta el momento. A pesar de que el 21 de marzo de 2007 los programas y la publicidad ocuparon entre ambos cerca de 94% del tiempo total de emisiones, destacaron los mensajes de servicio público por observarse en esta fecha su primera aparición. Tuvieron una dedicación de 0,66%, lo que equivale a 7 minutos 24 segundos. Por otra parte, el Himno Nacional consiguió abarcar 0,77% de la programación del día; la propaganda, 0,58%; y las alocuciones oficiales alcanzaron 1,40% (Ver Tabla 18).

Tabla 18. *Distribución de Componentes de la Oferta Programática en Función del Tiempo Total de Emisiones 21-03-2007*

Componentes	21-03-2007	
	Duración	%
Programas	13:46:55	73,53%
Publicidad	3:47:49	20,26%
Propaganda	0:06:34	0,58%
Segmentos Auto Referenciales	0:31:32	2,80%
Mensajes de servicio público	0:07:24	0,66%
Himno Nacional	0:08:38	0,77%
Alocuciones Oficiales	0:15:43	1,40%
Total	18:44:35	100,00%

El 24 de marzo de 2007, los mensajes de servicio público representaron 0,71% del tiempo total de programación transmitida durante ese día, proporción que equivale a 7 minutos 59 segundos. En tanto, los componentes programas y publicidad englobaron cerca de 95% de la oferta programática y el porcentaje restante se distribuyó entre la propaganda (0,68%), los segmentos auto referenciales (2,59%) y el Himno Nacional (0,76%) (Ver tabla 19).

Tabla 19. *Distribución de Componentes de la Oferta Programática en Función del Tiempo Total de Emisiones 24-03-2007*

Componentes	24-03-2007	
	Duración	%
Programas	14:51:32	78,98%
Publicidad	3:03:47	16,28%
Propaganda	0:07:38	0,68%
Segmentos Auto Referenciales	0:29:11	2,59%
Mensajes de servicio público	0:07:59	0,71%
Himno Nacional	0:08:38	0,76%
Alocuciones Oficiales	0:00:00	0,00%
Total	18:48:45	100,00%

Cabe destacar que los mensajes de servicio público son una consecuencia directa de la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión, que en su artículo 10 expresa la obligación que tienen los medios radioeléctricos de difundir mensajes culturales, educativos, informativos o preventivos de servicio público.

Sin embargo, resalta el hecho de que en cada uno de los días estudiados durante 2007, estos espacios no excedan los 8 minutos, cuando la normativa otorga al Estado hasta 15 minutos diarios para su difusión². Este hallazgo revela que para las fechas de análisis, el Estado estaba utilizando aproximadamente 50% del tiempo previsto en la ley para este tipo de mensajes gratuitos obligatorios.

² Ver artículo 10 de la LRSRT, situado en la página 40.

LOS CAMBIOS EN CADA AÑO DE ESTUDIO

Las proporciones de los componentes que conformaron la parrilla de programación en cada año se mantuvieron relativamente estables, como indica la Tabla 20. Por ejemplo, el porcentaje de tiempo destinado a los programas no registró modificaciones sustanciales. De 76,55% en 2004, pasó a ocupar 76,26% en 2007. A la misma conclusión podría llegarse con la propaganda, que abarcaba 0,65% en 2004 y tres años después apenas había disminuido 0,02%.

A pesar de esta situación, las variaciones más significativas se presentaron en los segmentos auto referenciales, que disminuyeron 1,8% desde 2004, para ubicarse en 2,69% en 2007 (Ver Tabla 20). También fue relevante lo que sucedió con la publicidad, componente que sufrió un incremento de 0,68% en 2007, con respecto al 17,59% que ocupaba en 2004.

Además, el Himno Nacional pasó de abarcar 0,29% del tiempo total de emisiones en esa fecha, a ocupar tres años después 0,77% (Ver Tabla 20). Tal situación indica que a partir de la puesta en marcha de la LRSRT empezó a transmitirse el texto íntegro del Himno, si bien en 2004 se difundían tan sólo el coro y algunas estrofas.

Esto se debe a que la LRSRT ordenó en su artículo 4° difundir “la música y letra” del Himno Nacional, sin establecer una extensión específica, a diferencia de normativas anteriores como el artículo 11 de la resolución N° 1029 de 1982, en la que se establecía: “Las estaciones televisoras (...) deberán transmitir el Himno Nacional de la siguiente manera: 1) Al comienzo, a las seis de la tarde (6:00 p.m.) y al final de sus transmisiones diarias, el coro y la primera estrofa como mínimo, de su letra y música”. Estas disposiciones permanecerían vigentes según lo establecido en el artículo 208 de la Ley Orgánica de Telecomunicaciones, hasta que se dictara una ley que regulara los contenidos difundidos por radio y televisión³.

³ Ver disposiciones del artículo 208 de la Ley Orgánica de Telecomunicaciones en la página 32.

Pero el dato más importante es que en 2007 aparecieron los mensajes de servicio público, un componente que no existía antes de la implementación de la LRSRT.

Tabla 20. *Distribución de Componentes de la Oferta Programática en Función del Tiempo Total de Emisiones en cada Año*

Componentes	Marzo 2004		Marzo 2007	
	Duración	%	Duración	%
Programas	28:50:28	76,55%	28:38:27	76,26%
Publicidad	6:37:41	17,59%	6:51:36	18,27%
Propaganda	0:14:41	0,65%	0:14:12	0,63%
Segmentos Auto Referenciales	1:41:35	4,49%	1:00:43	2,69%
Mensajes de servicio público	0:00:00	0,00%	0:15:23	0,68%
Himno Nacional	0:06:36	0,29%	0:17:16	0,77%
Alocuciones Oficiales	0:09:40	0,43%	0:15:43	0,70%
Total	37:40:41	100,00%	37:33:20	100,00%

LA OFERTA DE PROGRAMAS

El tiempo total destinado al componente programas en el período de estudio correspondiente a 2004 fue de 28 horas 50 minutos 28 segundos. El 26 de marzo de ese año se transmitieron 28 programas, que representaron 50,18% del tiempo destinado a las piezas televisivas, como se muestra en la Tabla 21. En tanto, el 28 de marzo de 2004, Globovisión proyectó 29 programas, que ocuparon 49,82% del tiempo de emisiones. En total, el canal puso a disposición del público 57 programas en esa época.

Tabla 21. *Número de Programas y Tiempo de Emisiones en cada Día y Año*

Año	Nº	Tiempo	%
26-03-2004	28	14:28:26	50,18%
28-03-2004	29	14:22:02	49,82%
Año 2004	57	28:50:28	100,00%
21-03-2007	28	13:46:55	48,12%
24-03-2007	33	14:51:32	51,88%
Año 2007	61	28:38:27	100,00%

Pero de todas estas emisiones televisivas que se proyectaron en 2004, la que abarcó mayor porcentaje del tiempo total dedicado a los programas fue Noticias Globovisión, con 40,51% distribuido en 19 apariciones. En segundo lugar quedó Aló Ciudadano, que con tan sólo 2 transmisiones ocupó 15,21%. El tercer y cuarto puesto fue para Primera Página y Entre Noticias que obtuvieron una dedicación de 8,77% y 5,87%, respectivamente (Ver Tabla 22).

En 2004, el componente programas tuvo una duración ligeramente superior que los espacios emitidos en el mismo período de 2007. En este último año, Globovisión transmitió 28 horas 38 minutos 27 segundos de producciones televisivas.

El 21 de marzo de 2007 el canal presentó 28 programas, cuya duración constituyó 48,12% del tiempo que dispuso el canal para este componente de la programación, en las dos fechas de estudio pertenecientes a ese año. El restante 51,88% se dedicó a la emisión de 33 piezas televisivas durante el 24 de marzo de ese año. En total, Globovisión transmitió 61 programas en los períodos seleccionados en 2007 (Ver Tabla 23).

Hay que resaltar que los programas con mayor duración durante 2007 fueron los mismos de tres años atrás. Así es como *Noticias Globovisión* se ubicó en el primer puesto, con 27,50% de las emisiones, que se distribuyeron en 14 piezas. *Aló Ciudadano* esta vez abarcó 7,50%, porque sólo se proyectó una sola vez en los días de análisis; mientras *Primera Página* obtuvo 5,85% y *Entre Noticias*, 5,65% (Ver Tabla 23).

Además de estos programas, se puede observar que en las dos épocas de estudio, algunos otros segmentos televisivos permanecieron en la oferta programática del canal, sin importar el paso del tiempo. De esta manera, formatos como *A tu Salud*, *Así Cocina Soucy*, *Grado 33*, *Hasta el momento* y *Noticias RCN*, pueden encontrarse también en 2007.

Con respecto a 2004, resalta la aparición en 2007 de programas como la *Emisión Juvenil Noticias Globovisión* y la *Emisión Juvenil Deportes Globovisión* que no existían hasta su aparición en el período estudiado en 2007. Como explicaba

Carlos Zuloaga, estas producciones formaron parte de una estrategia ideada por Globovisión para cumplir con los requerimientos de la LRSRT en cuanto a incluir programación destinada a niños, niñas y adolescentes, sin dejar de lado su interés por mantenerse como un canal temático especializado en noticias⁴. Sin embargo, como él mismo explicaba, a veces se generan contradicciones dentro de estos programas, debido a que la pauta noticiosa obliga a introducir contenidos que no están dirigidos a los menores de edad.

Tabla 22. *Distribución del Tiempo de Emisiones de los Programas 03-2004*

Programas	Frecuencia	Duración	%
A tu salud	1	0:02:23	0,14%
Ahora	4	0:05:36	0,32%
Aló Ciudadano	2	4:23:09	15,21%
Así Cocina Soucy	1	0:23:27	1,36%
Avance Noticias Globovisión	2	0:47:15	2,73%
CNN World Report	1	0:22:25	1,30%
Directo desde EEUU	1	0:13:13	0,76%
El Reporte Esso Deportivo	1	0:01:10	0,07%
En Vivo	2	0:39:52	2,30%
Entre Noticias	1	1:41:37	5,87%
Grado 33	1	0:21:37	1,25%
Hasta el momento	3	0:04:23	0,25%
La noticia de la semana	2	0:40:32	2,34%
Los protagonistas	1	0:21:10	1,22%
Mirador Mundial	1	0:22:37	1,31%
Noticias Globovisión	19	11:41:01	40,51%
Noticias Globovisión Maracaibo	1	0:02:16	0,13%
Noticias RCN	3	0:50:06	2,90%
Nuestro Mundo	1	0:24:08	1,39%
Ojo Crítico	3	1:06:02	3,82%
Orimulsión	1	0:23:13	1,34%
Primera Página	1	2:31:47	8,77%
Reporteros	1	0:23:24	1,35%
Titulares del Mañana	1	0:24:00	1,39%
Y Kico	1	0:08:55	0,52%
Yo prometo	1	0:25:10	1,45%
Total	57	28:50:28	100,00%

⁴ Ver página 67.

Tabla 23. *Distribución del Tiempo de Emisiones de los Programas 03-2007*

Programas	Frecuencia	Duración	%
35 mm	2	0:47:48	2,78%
A tu salud	2	0:04:29	0,26%
Aló Ciudadano	1	2:08:49	7,50%
Alta Densidad	1	0:22:11	1,29%
Así cocina Soucy	2	0:38:34	2,24%
Biografías	1	0:24:11	1,41%
Brújula Internacional	1	0:23:14	1,35%
Buenas Noches	1	1:23:09	4,84%
Carmen Aristegui	1	0:19:11	1,12%
Clímax lo bueno del sexo	1	0:46:21	2,70%
Deportes Globovisión	1	0:24:44	1,44%
Emisión Juvenil Deportes Globovisión	1	0:28:20	1,65%
Emisión Juvenil Noticias Globovisión	1	0:23:50	1,39%
En desarrollo	1	0:02:44	0,16%
En la mañana	1	0:23:09	1,35%
En vivo	2	0:44:40	2,60%
Encuentro con Daniel Viotto	1	0:11:39	0,68%
Entre Noticias	1	1:37:03	5,65%
Es Noticia	3	1:18:22	4,56%
Faranduleando	1	0:26:31	1,54%
Grado 33	1	0:21:32	1,25%
Hasta el Momento	6	0:04:32	0,23%
Los niños en la calle	1	0:24:21	1,42%
Los profesionales	2	0:43:14	2,52%
Noticias Globovisión	14	7:52:25	27,50%
Noticias RCN	2	0:46:41	2,72%
Play Ball	1	0:23:02	1,34%
Primera Página	1	1:40:33	5,85%
Sin Flash TV	2	0:47:58	2,79%
Tocando Fondo	1	0:44:00	2,56%
Tremenda Fuente	2	0:39:37	2,31%
Usted lo vio	2	0:51:33	3,00%
Total	61	28:38:27	100,00%

REPARTO DEL TIEMPO DE EMISIONES DE LOS PROGRAMAS SEGÚN LAS CATEGORÍAS DE ANÁLISIS

Cada una de las unidades programáticas sometidas a evaluación en los dos períodos de estudio fue analizada según su ubicación en las bandas horarias, el origen o procedencia, la función de comunicación que desempeñaba, así como los géneros a los que pertenecía y el público al que estaba dirigida.

Las bandas horarias

El tiempo dedicado al componente programas en el año 2004 se distribuyó de la siguiente manera entre las distintas bandas:

La banda mañana tuvo una duración de 10 horas 54 minutos 52 segundos, lo que equivale a 37,84% del tiempo atribuido a las emisiones televisivas en el período estudiado en 2004. Durante esta banda se transmitieron 19 programas.

Por otra parte, la banda tarde abarcó un lapso de 11 horas 50 minutos 57 segundos, correspondiente a 24 programas que ocuparon 41,09% del espacio destinado a este componente.

La banda noche fue la más corta, debido a que se mantuvo por 6 horas 4 minutos 39 segundos, lo que en proporción representa 21,07% del tiempo reservado para las piezas televisivas. En total, se proyectaron 14 producciones durante este lapso (Ver Tabla 24).

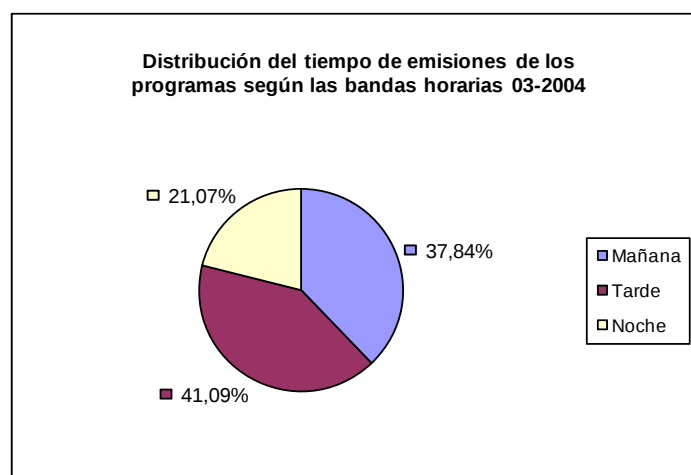


Gráfico 1. Distribución del tiempo de emisiones de los programas según las bandas horarias 03-2004

En el período estudiado en 2007, la banda tarde fue la más prolongada, luego de ocupar 41,07% del tiempo reservado para los programas, equivalente a 11 horas 47 minutos 25 segundos, en los que se difundieron 30 piezas televisivas.

En la segunda posición se ubicó la banda mañana con una duración de 10 horas 41 minutos 26 segundos, lo que corresponde a 37,32%. En esta banda se transmitieron 21 producciones.

En la tercera posición estuvo la banda noche, que duró 6 horas 9 minutos 36 segundos, en los que se emitieron 10 programas que ocuparon 21,51% del tiempo destinado a este componente (Ver Tabla 24).

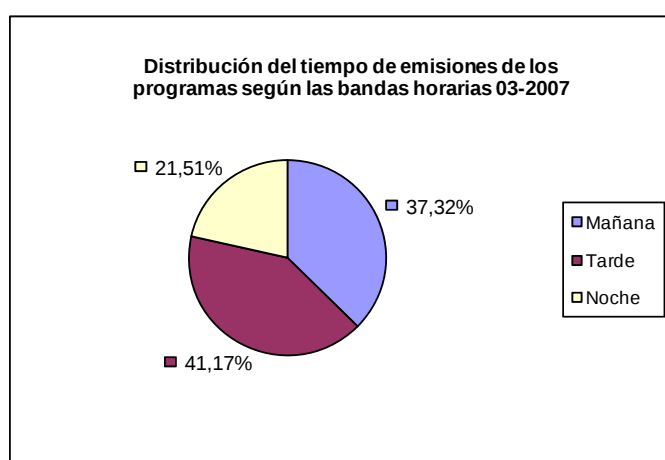


Gráfico 2. Distribución del tiempo de emisiones de los programas según las bandas horarias 03-2007

Tabla 24. Número de Programas y Tiempo de Emisiones por Bandas en cada Año

Bandas	Marzo 2004			Marzo 2007		
	Frecuencia	Duración	%	Frecuencia	Duración	%
Mañana	19	10:54:52	37,84%	21	10:41:26	37,32%
Tarde	24	11:50:57	41,09%	30	11:47:25	41,17%
Noche	14	06:04:39	21,07%	10	06:09:36	21,51%
Total	57	28:50:28	100,00%	61	28:38:27	100,00%

Cuando se contrastan los datos correspondientes a los dos años analizados en esta investigación, se observa las bandas tuvieron una duración bastante uniforme en ambos períodos. Sin embargo, hubo un incremento en la frecuencia de programas difundidos en 2007 durante la mañana y la tarde, con respecto a 2004. En estas dos bandas horarias, a pesar de guardar una duración muy similar en ambos períodos, se transmitieron 51 programas en 2007, mientras que en 2004 se difundieron sólo 43

producciones. Lo contrario sucedió con la banda noche, que disminuyó el número de piezas emitidas en 2007 (10 programas) en relación con las transmitidas en 2004 (14 programas). El cambio más notorio se manifestó en la banda tarde, que de difundir 24 piezas en 2004, comenzó a transmitir 30 piezas en 2007.

El público meta

En el período analizado en 2004, todos los programas transmitidos por el canal de noticias Globovisión estaban dirigidos a un público adulto, cuestión que no sorprende si se piensa que desde sus inicios el medio se ha perfilado como un canal temático especializado en información, cuyo objetivo es registrar el acontecer nacional e internacional del momento.

Pero además, esta información ya había sido confirmada en un estudio realizado en el año 2000 por las empresas ARS Publicidad, Mercanálisis y AGB Panamericana, en el que se determinó que la audiencia del Globovisión estaba conformada por hombres y mujeres mayores de 25 años⁵. De esta manera, los 57 programas transmitidos en un lapso de 28 horas 50 minutos 28 segundos se destinaron a los mayores de edad (Ver Gráfico 3).

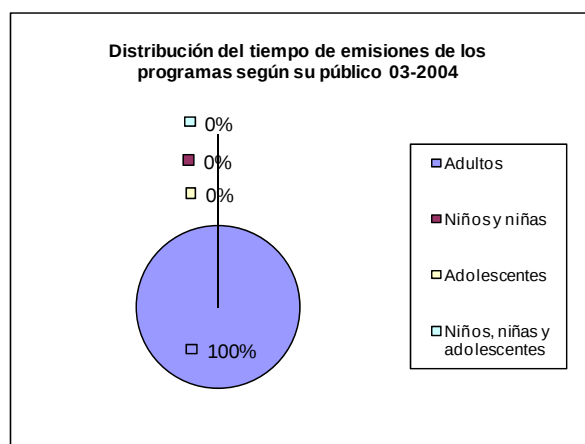


Gráfico 3. Distribución del tiempo de emisiones de los programas según su público 03-2004

⁵ Ver página 25.

Sin embargo, este panorama cambió un poco durante el período 2007, en el que sólo 89,98% de los programas emitidos por Globovisión se dirigieron a un público adulto. Para este momento, 8,60% de las unidades programáticas comenzaron a destinarse predominantemente a los adolescentes, mientras que en 1,42% de las piezas la intención fue transmitir productos audiovisuales cuyo público estuviera conformado predominantemente por niños, niñas y adolescentes en conjunto. A pesar de la aparición de programas destinados a estos nuevos tipos de público, no hubo ninguno cuyo concepto estuviera diseñado para atraer de forma exclusiva a los menores de 12 años (Ver Gráfico 4).

En este período, se emitieron 61 programas, de los cuales 54 se destinaron a los adultos, 6 a los adolescentes y uno a los niños, niñas y adolescentes.

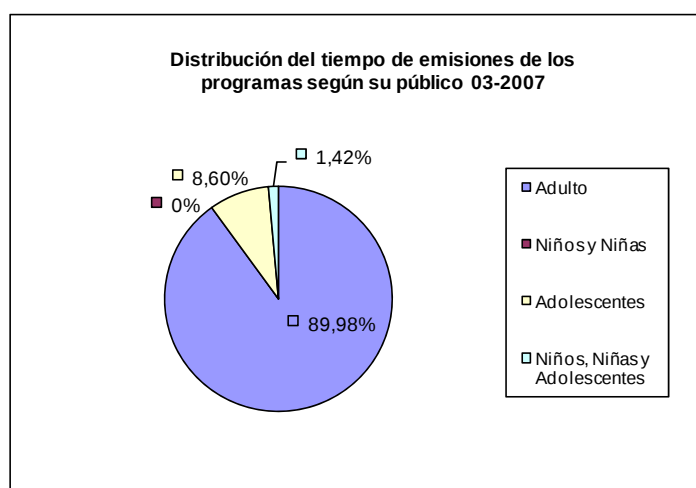


Gráfico 4. Distribución del tiempo de emisiones de los programas según su público 03-2007

Pero la variación que se observa en el público de los programas transmitidos en ambas épocas de análisis, no se debe a la casualidad o a una política del canal para ampliar su audiencia. En el artículo 14 de la LRSRT se expresa claramente la obligación que tienen los medios de difundir programas destinados especialmente a niños, niñas y adolescentes. Por eso, aunque la segmentación temática de Globovisión

es contraria a la emisión de programación para menores de 18 años, debe hacerlo a consecuencia de la ley.

Tabla 25. *Número de Programas y Tiempo de Emisiones según el Público en cada Año*

PÚBLICO	Marzo 2004			Marzo 2007		
	Frecuencia	Duración	%	Frecuencia	Duración	%
Adultos	57	28:50:28	100%	54	25:46:14	89,98%
Niños y niñas	0	00:00:00	0%	0	00:00:00	0,00%
Adolescentes	0	00:00:00	0%	6	02:27:52	8,60%
Niños, niñas y adolescentes	0	00:00:00	0%	1	00:24:21	1,42%
Total	57	28:50:28	100%	61	28:38:27	100,00%

Sin embargo, hay que aclarar que al igual que en 2004, la mayoría de los programas que se difunden a través de Globovisión siguen teniendo como meta un público adulto, pero partir de 2007 se abre un espacio para que los adolescentes principalmente, y en menor medida los niños, niñas y adolescentes en conjunto, puedan contar con segmentos educativos o hasta recreativos⁶ en la programación de un canal informativo como Globovisión.

El origen de las producciones

Cuando se observa la programación de Globovisión correspondiente a 2004, se advierte que luego de casi 10 años de trayectoria, el canal había logrado producir por cuenta propia la mayoría de las producciones que los usuarios percibían a través de su pantalla. Del tiempo total destinado a los programas, Globovisión producía por sí mismo 24 horas 47 minutos 16 segundos, con lo que la producción nacional del canal representaba 85,94%.

La proporción destinada a las producciones foráneas ocupaba un espacio importante, ya que se ubicaba en casi 12,76%. Las coproducciones eran quizás las piezas más escasas en la programación. En 2004, se transmitía sólo una, con una duración equivalente a 1,30% de las emisiones (Ver Gráfico 5 y Tabla 26).

⁶ Esta información se confirma en las páginas 146 y 147, en donde se especifica la función de los programas que se transmitieron durante 2007, de acuerdo a los tipos de público.

La producción nacional independiente fue la gran ausente en este período, ya que como comentaba Carlos Alberto Zuloaga, vicepresidente ejecutivo de Globovisión, aunque en esa época existieran algunas producciones a las que el canal otorgaba un poco de independencia al momento de producir, siempre se consideraron producción nacional⁷.

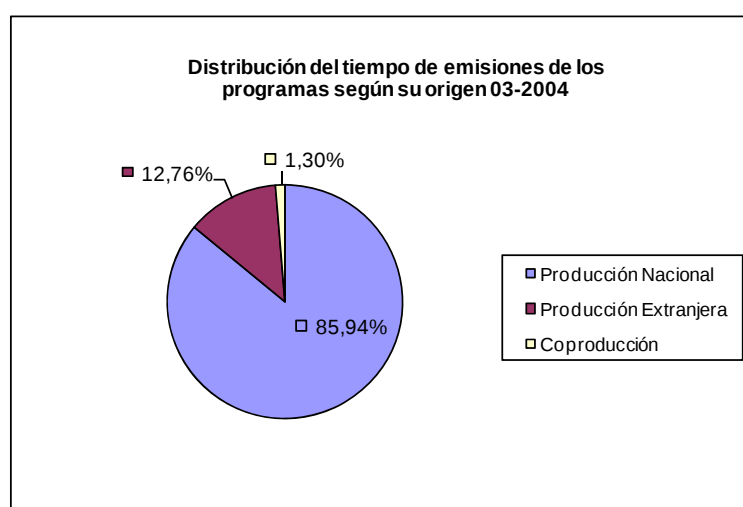


Gráfico 5. Distribución del tiempo de emisiones de los programas según su origen 03-2004

Sin embargo, a partir de 2007, el porcentaje de tiempo destinado a la producción nacional independiente se disparó. Pasó de ser un espejismo en 2004, a ocupar 35,13% del tiempo reservado por el canal para las unidades programáticas. Mientras, la producción nacional se ubicó apenas en 60,20%, lo que representó una reducción de 25,74% con respecto a la proporción alcanzada tres años atrás. La producción extranjera también disminuyó en 2007. Se ubicó en 4,67% en 2007, cuestión que implica una reducción de 8,09% (Ver Gráfico 6 y Tabla 26).

Resulta notorio que la introducción de producciones nacionales independientes en 2007 arrebató espacios a la producción nacional, que aunque

⁷ Ver página 68.

continúa siendo mayoría, se redujo considerablemente con respecto a 2004. Al mismo tiempo, cabe acotar que causó una mengua en las producciones foráneas transmitidas por el canal.

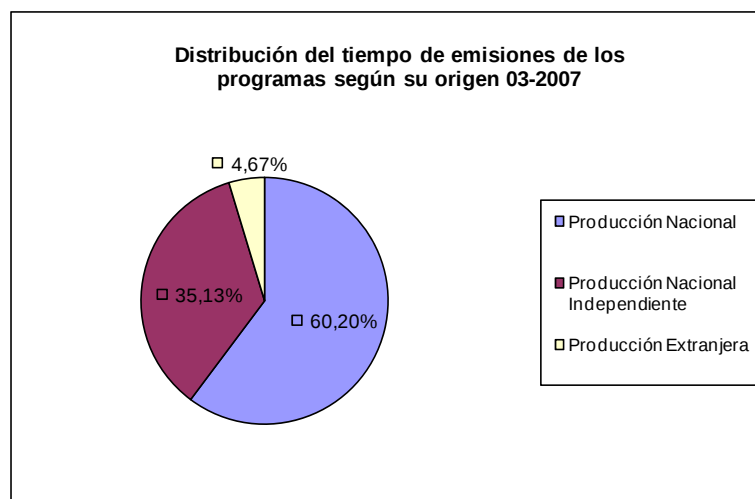


Gráfico 6. Distribución del tiempo de emisiones de los programas según su origen 03-2007

Los cambios observados entre ambos períodos derivan de las regulaciones impuestas en el artículo 14 de la LRSRT, en el cual se establece que entre horario todo usuario y supervisado, se deben difundir diariamente 5 horas y media de producciones independientes.

Considerando que la muestra aquí presentada corresponde a dos días de estudio en cada año, en los que se analiza en su totalidad los períodos de tiempo pertenecientes al horario todo usuario y supervisado, podría pensarse que Globovisión ha incumplido la normativa al presentar solo 10 horas 3 minutos 36 segundos de producciones nacionales independientes, cuando en realidad debería presentar cerca de 11 horas de estos programas. Por esa razón, cabe recordar que el tiempo aquí presentado excluye los minutos destinados a otros componentes de programación con los que el canal alcanzaría las horas reglamentadas por ley.

Tabla 26. *Número De Programas y Tiempo de Emisiones según el Origen en cada Año*

Número de programas y tiempo de emisión según su origen en cada año						
ORIGEN	Marzo 2004			Marzo 2007		
	Frecuencia	Duración	%	Frecuencia	Duración	%
Producción Nacional	41	24:47:16	85,94%	35	17:14:36	60,20%
Producción Nacional Independiente	0	0:00:00	0,00%	21	10:03:36	35,13%
Producción Extranjera	15	3:40:47	12,76%	5	1:20:15	4,67%
Coproducción	1	0:22:25	1,30%	0	0:00:00	0,00%
Total	57	28:50:28	100,00%	61	28:38:27	100,00%

Las funciones de la comunicación

En un medio cuya columna vertebral es la información, la función de la comunicación más empleada no podía ser otra. Por esa razón, durante 2004, 67,28% de los programas transmitidos a través de Globovisión tuvieron como principal propósito informar a los televidentes sobre los acontecimientos del momento. En segundo lugar se ubicaron los programas cuyo objetivo primordial era difundir opiniones, los cuales alcanzaron una dedicación de 29,93% del tiempo total reservado exclusivamente a las emisiones televisivas. Por otra parte, sólo 2,79% de las unidades programáticas se destinaron a la transmisión de contenidos educativos (Ver Gráfico 7 y Tabla 27). Estos datos confirman que en 2004, el canal se dedicaba casi en su totalidad a la difusión de información y opinión.

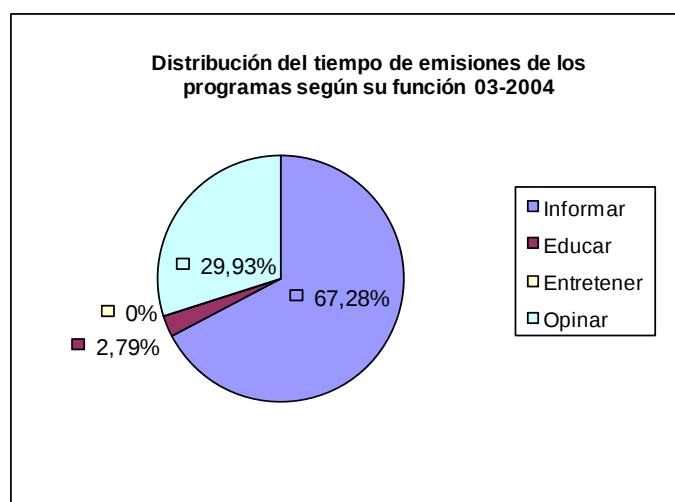


Gráfico 7. Distribución del tiempo de emisiones de los programas según su función 03-2004

No obstante, en el lapso de tiempo analizado en 2007, se observó una disminución de nueve puntos porcentuales en los programas de opinión, que en total abarcaron 20,92% del tiempo de emisiones. En cambio, hubo un incremento moderado de programas en los que predominaba la intención de educar, los cuales tuvieron una dedicación de 5,78%. Además de esto, la función entretenimiento, que ni siquiera figuraba en el panorama de 2004, representó 8,46% de las emisiones en 2007. En primer lugar continuaron los programas informativos, que en este último período ocuparon 64,84% del tiempo de emisiones televisivas, lo que implica una reducción de apenas 2,44% (Ver Gráfico 8 y Tabla 27).

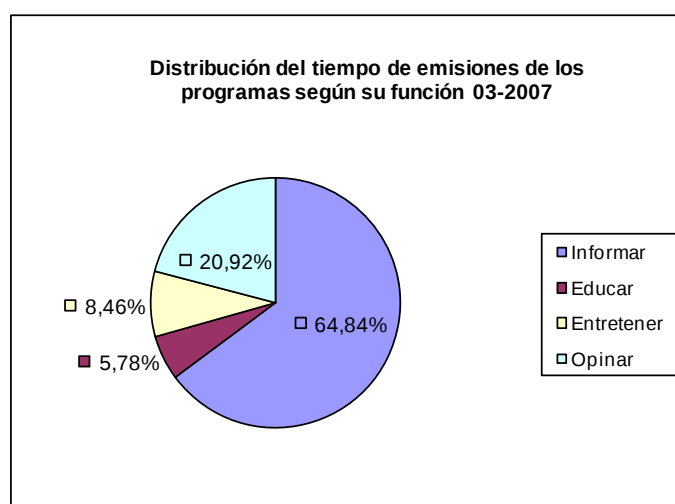


Gráfico 8. Distribución del tiempo de emisiones de los programas según su función 03-2007

La disminución de los programas de opinión y sucesivo incremento de programas educativos y de entretenimiento pudo tener su origen en el artículo 3° de la LRSRT, en donde se explica que uno de los principales objetivos de la normativa es garantizar la difusión de contenidos dirigidos predominantemente a niños, niñas y adolescentes. La duración de estos contenidos fue posteriormente regulada en el artículo 14⁸.

⁸ Los artículos 3 y 14 de la LRSRT pueden consultarse en las páginas 37 y 41, respectivamente.

Pero para la abogada Ana Cristina Núñez, consultora jurídica de Globovisión, la reducción de los programas de opinión ha sido una consecuencia de la autocensura de los medios, que continuamente tratan de evitar incurrir en las sanciones contempladas en los artículos 28 y 29 de la LRSRT⁹.

Tabla 27. *Número de Programas y Tiempo de Emisiones según la Función en cada Año*

FUNCIÓN	Marzo 2004			Marzo 2007		
	Frecuencia	Duración	%	Frecuencia	Duración	%
Informar	46	19:24:22	67,28%	42	18:34:19	64,84%
Educar	3	00:48:15	2,79%	5	1:39:22	5,78%
Entretener	0	00:00:00	0,00%	6	2:25:19	8,46%
Opinar	8	8:37:51	29,93%	8	5:59:27	20,92%
Total	57	28:50:28	100,00%	61	28:38:27	100,00%

Los géneros de la oferta programática

El análisis de los datos correspondientes a 2004 arrojó que para esa fecha 93,39% de los programas que transmitía Globovisión pertenecían al género informativo y de opinión, lo que equivale a 26 horas 56 minutos 11 segundos que se distribuyeron a lo largo de 51 programas. La proporción restante (6,61%) correspondió al género de magazín, cuya duración fue de 1 hora 54 minutos 17 segundos (Ver Tabla 28).

En este período de estudio, no hubo programas que se identificaran con el género entretenimiento y tampoco con el género documental (Ver Gráfico 9), cuestión que ratifica que en esa época, la programación transmitida seguía los parámetros de los canales temáticos especializados en información, que suelen destinar casi todo el tiempo de emisiones a las noticias y a la opinión.

⁹ Ver página 68.

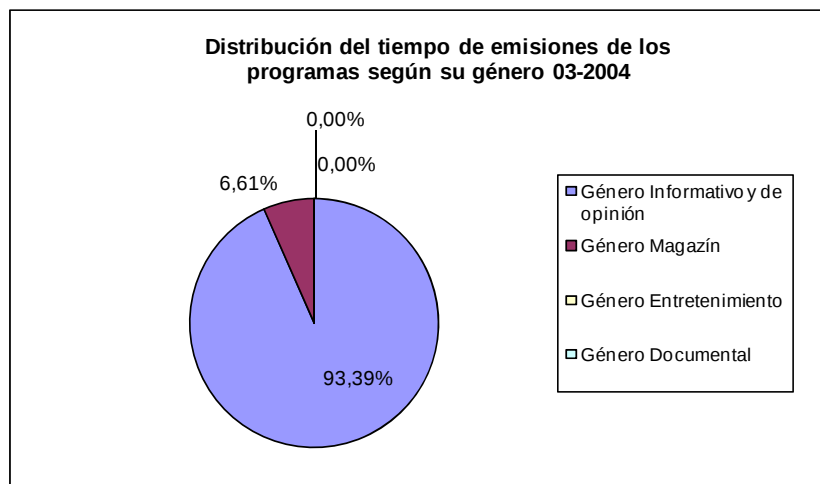


Gráfico 9. Distribución del tiempo de emisiones de los programas según su género 03-2004

Por otra parte, la información relativa a 2007 refleja que el porcentaje de tiempo destinado al género informativo y de opinión disminuyó 8,46%, para ubicarse en 84,93%; en tanto, el porcentaje restante se distribuyó entre el género magazín (13,66%) y el género documental (1,41%) (Ver Gráfico 10).

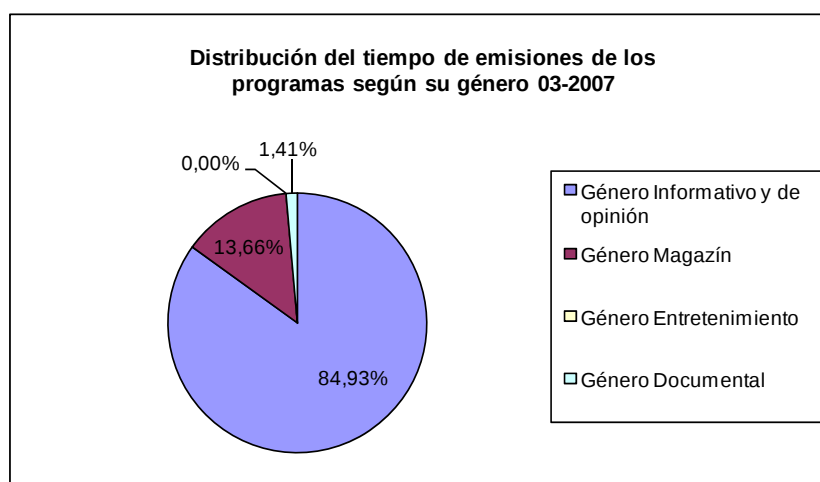


Gráfico 10. Distribución del tiempo de emisiones de los programas según su género 03-2007

Resulta significativo el incremento de los programas pertenecientes al *género magazín* en el período 2007, considerando que éstos duplicaron sus emisiones. En 2004, este género apenas estaba conformado por 6 programas que abarcaban sólo 6,61%, mientras que en 2007 pasaron a ser 12 programas, con una ocupación en tiempo de 13,66%, lo que equivale a 3 horas 54 minutos 54 segundos.

El *género documental* siguió representando un porcentaje incipiente, si se le compara con la proporción de espacio destinada a otros géneros. Pero además, el *género entretenimiento* continuó ausente de la parrilla de programas proyectados por Globovisión.

La situación denota que el canal de noticias incrementó el porcentaje de tiempo destinado a los géneros de magazín, para intentar cumplir con los requisitos previstos en la LRSRT con respecto a la inclusión de programación para menores de edad¹⁰.

Tabla 28. *Número de Programas y Tiempo de Emisiones según el Género en cada Año*

GÉNEROS	Marzo 2004			Marzo 2007		
	Frecuencia	Duración	%	Frecuencia	Duración	%
Género Informativo y de opinión	51	26:56:11	93,39%	48	24:19:22	84,93%
Género Magazín	6	1:54:17	6,61%	12	3:54:54	13,66%
Género Entretenimiento	0	0:00:00	0,00%	0	0:00:00	0,00%
Género Documental	0	0:00:00	0,00%	1	0:24:11	1,41%
Total	57	28:50:28	100,00%	61	28:38:27	100,00%

Los subgéneros informativos y de opinión

Durante 2004, el subgénero informativo y de opinión que abarcó el mayor porcentaje del tiempo total dedicado a los programas fue el *noticiero* con 49,17%, seguido del *foro* (15,21%), la *entrevista* (9,18%) y la *revista informativa* (8,77%). En total, los subgéneros informativos y de opinión abarcaron en este período 26 horas 56 minutos 11 segundos, un equivalente a 93,39%; mientras las piezas televisivas

¹⁰ En la página 151 se comprueba que gran parte de los subgéneros de magazín se destinaron a los menores de edad.

pertenecientes a subgéneros distintos del informativo y de opinión ocuparon 1 hora 54 minutos 17 segundos o, lo que es igual, 6,61% (Ver Tabla 29).

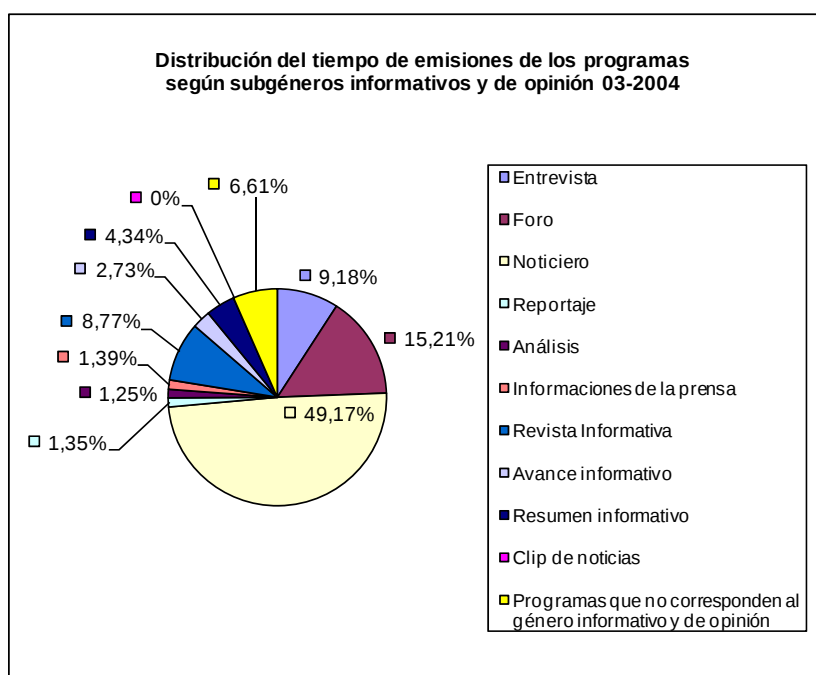


Gráfico 11. Distribución del tiempo de emisiones de los programas según subgéneros informativos y de opinión 03-2004

En 2007, los noticieros también se posicionaron en el primer lugar con 37,28% del espacio destinado a las unidades programáticas. En segundo lugar se ubicaron las entrevistas con 16,31%, repartidas en 9 programas. En tercera y cuarta posición estuvieron las revistas informativas con 10,69% y los foros con 10,06%. Destacó un significativo 15,07% de programas que correspondían a subgéneros distintos del informativo y de opinión (Ver Gráfico 12 y Tabla 29).

El hecho de que en ambos períodos hayan predominado los noticieros tiene que ver con la filosofía de Globovisión, que a través de su departamento de

Relaciones Institucionales, ha afirmado que la columna vertebral del canal está conformada por la noticia¹¹.

Sin embargo, hay que destacar que en el último período de estudio los noticieros se redujeron 11,89% en relación con 2004, lo que representa una disminución de 3 horas 30 minutos 17 segundos. Por el contrario, los espacios que no pertenecían a los subgéneros informativos y de opinión se incrementaron 8,46% en 2007, cuestión que implica un crecimiento de 2 horas 24 minutos 48 segundos de estos espacios.

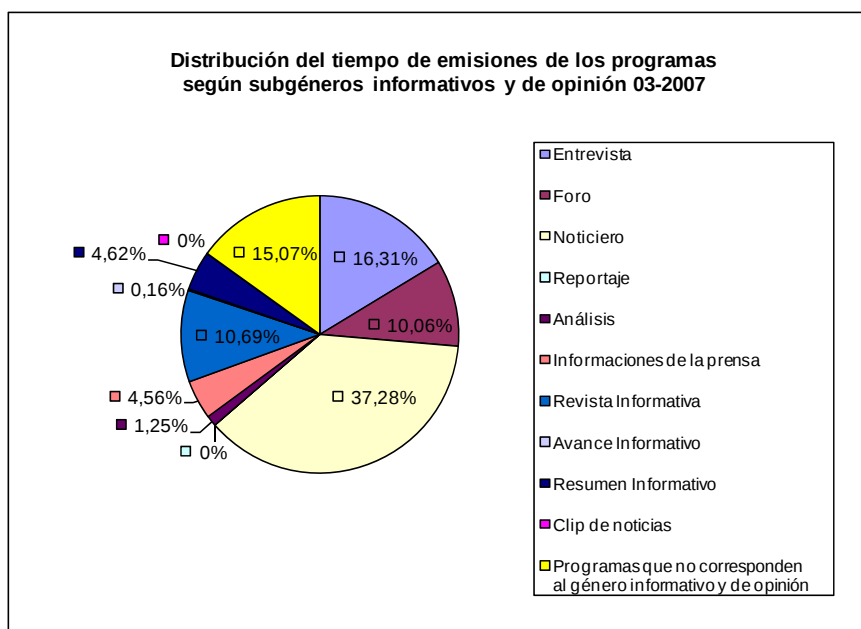


Gráfico 12. Distribución del tiempo de emisiones de los programas según subgéneros informativos y de opinión 03-2007

Estos datos hacen presumir que gran parte del tiempo que se redujo en 2007 a los noticieros, se destinó a subgéneros distintos de los informativos y de opinión,

¹¹ Ver página 25.

debido a las regulaciones impuestas por la LRSRT que obligan a transmitir cierta cantidad de horas al día de contenidos para niños, niñas y adolescentes¹².

Otra reducción significativa ocurrió con los foros, que disminuyeron 5,15% entre ambos años de estudio. Por otra parte, las entrevistas se incrementaron de 9,18% a 16,31%; al igual que las revistas informativas, que en 2004 ocupaban 8,77% y en 2007, 10,69%. Las informaciones de la prensa también obtuvieron un crecimiento importante, ya que fueron casi tres puntos porcentuales más altas que el primer año de análisis. En el período estudiado en 2007, no se observó la presencia de reportajes, aunque en 2004, tenían un puesto dentro de la programación.

Tabla 29. *Número de Programas y Tiempo de Emisiones por Subgéneros Informativos y de Opinión en cada Año*

SUBGÉNEROS INFORMATIVOS Y DE OPINIÓN	Marzo 2004			Marzo 2007		
	Frecuencia	Duración	%	Frecuencia	Duración	%
Entrevista	4	2:38:55	9,18%	9	4:40:14	16,31%
Foro	2	4:23:09	15,21%	2	2:52:49	10,06%
Noticiero	27	14:10:57	49,17%	21	10:40:40	37,28%
Reportaje	1	0:23:24	1,35%	0	0:00:00	0,00%
Análisis	1	0:21:37	1,25%	1	0:21:32	1,25%
Informaciones de la prensa	1	0:24:00	1,39%	3	1:18:22	4,56%
Revista Informativa	1	2:31:47	8,77%	2	3:03:42	10,69%
Avance informativo	2	0:47:15	2,73%	1	0:02:44	0,16%
Resumen informativo	12	1:15:07	4,34%	9	1:19:19	4,62%
Clip de noticias	0	0:00:00	0,00%	0	0:00:00	0,00%
Programas que no corresponden al subgénero informativo y de opinión	6	1:54:17	6,61%	13	4:19:05	15,07%
Total	57	28:50:28	100,00%	61	28:38:27	100,00%

Los subgéneros de magazín

Los subgéneros de magazín ocuparon un espacio muy pequeño dentro de la parrilla de programación del canal en 2004. El magazín cultural obtuvo el mayor porcentaje de tiempo con 3,82%, mientras que los consejos apenas tuvieron una

¹² Esta afirmación se confirma en la página 149, en donde se muestra como se distribuyó el público de los programas según los subgéneros informativos y de opinión.

dedicación de 2,79%. El restante 93,39% del tiempo destinado a los programas se dedicó a subgéneros distintos (Ver Gráfico 13).

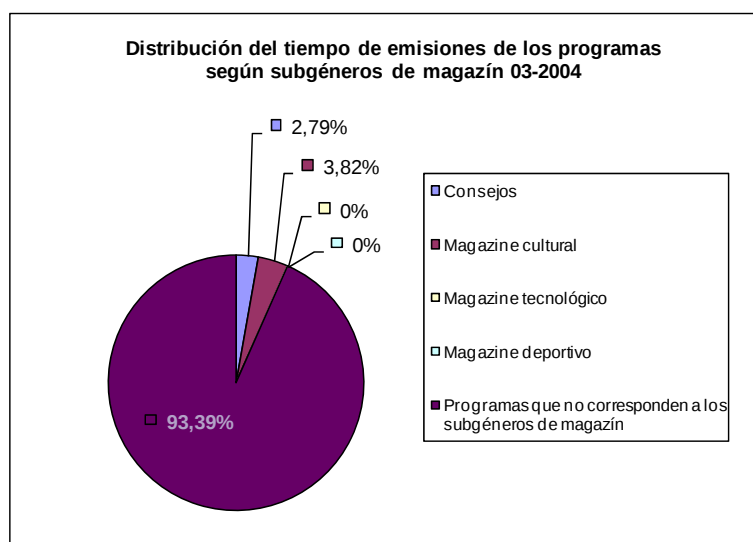


Gráfico 13. Distribución del tiempo de emisiones de los programas según subgéneros de magazín 03-2004

Esta situación varió un poco en 2007, cuando los subgéneros de magazín comenzaron a ganar terreno. De ocupar 6,61% del espacio para programas en 2004, lograron posicionarse con 13,66% tres años después. Aunque continuaron siendo minoría, cabe destacar un aumento cercano a los 7 puntos porcentuales.

Para este último período de estudio, estos subgéneros se distribuyeron en magazín cultural, que abarcó 10,77%; magazín deportivo, con 1,34%; magazín tecnológico, con 1,29%; y consejos, que apenas representó 0,26% del tiempo destinado a programas. El resto de las piezas audiovisuales transmitidas por el canal no formaron parte del subgénero de magazín (Ver Gráfico 14).

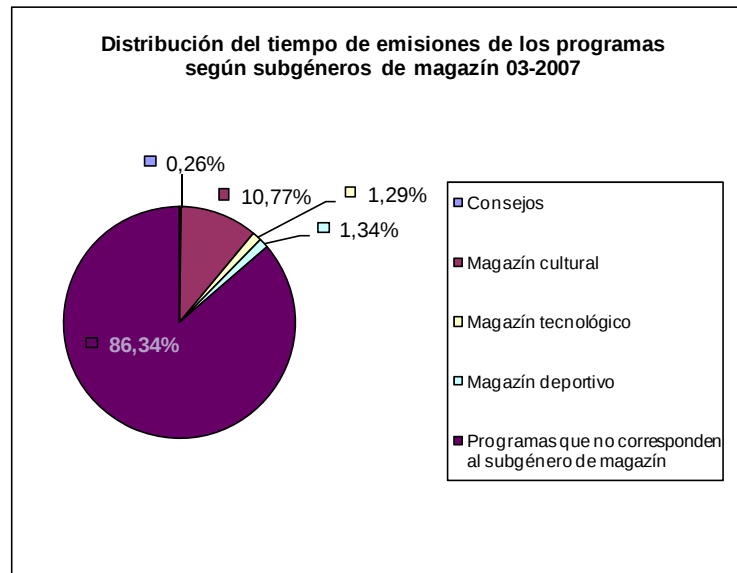


Gráfico 14. Distribución del tiempo de emisiones de los programas según subgéneros de magazín 03-2007

Durante el análisis fue notorio el aumento de la duración de las emisiones televisivas correspondientes al subgénero magazín cultural, ya que la ampliación de casi 7 puntos porcentuales en los magazines transmitidos en el período 2007 se destinó casi totalmente a ese subgénero en particular.

El hecho de que hayan sido los magazines culturales los que obtuvieran el mayor incremento, va de la mano con el artículo 14 de la LRSRT, que reza: “Los prestadores de servicios de radio y televisión deberán difundir, durante el horario todo usuario, un mínimo de tres horas diarias de programas culturales y educativos, informativos o de opinión y recreativos dirigidos especialmente a niños, niñas y adolescentes” (LRSRT, 2004)¹³.

Simultáneamente, la aparición de dos nuevos subgéneros en 2007 — el magazín deportivo y el magazín tecnológico—, evidencia la importancia adquirida por estos formatos en un canal cuyo objeto fundamental es transmitir información y opinión.

¹³ Como se dijo anteriormente, en la página 151 se comprueba que gran parte de los subgéneros de magazín se destinaron a los menores de edad.

Tabla 30. Número de Programas y Tiempo de Emisiones por Subgéneros de Magazin en cada Año

SUBGÉNEROS DE MAGAZÍN	Marzo 2004			Marzo 2007		
	Frecuencia	Duración	%	Frecuencia	Duración	%
Consejos	3	0:48:15	2,79%	2	0:04:29	0,26%
Magazín cultural	3	1:06:02	3,82%	8	3:05:12	10,77%
Magazín tecnológico	0	0:00:00	0,00%	1	0:22:11	1,29%
Magazín deportivo	0	0:00:00	0,00%	1	0:23:02	1,34%
Programas que no corresponden a los subgéneros de magazin	51	26:56:11	93,39%	49	24:43:33	86,34%
Total	57	28:50:28	100,00%	61	28:38:27	100,00%

Los subgéneros de documental

Durante el lapso de tiempo analizado en 2004, no hubo programas que pudieran clasificarse dentro del subgénero de documental. La totalidad de las emisiones fue destinada a otros formatos. Por otra parte, a pesar de que el subgénero de documental formó parte de la programación en 2007, el porcentaje de tiempo destinado a ese formato de programas fue muy bajo. Sólo 1,41% de las producciones estuvieron dirigidas a este subgénero en particular. El restante 98,59% de las transmisiones apostaron por piezas de un estilo diferente (Ver Gráfico 15). El cambio registrado en 2007 fue poco significativo con respecto a 2004, porque de los 61 programas transmitidos, sólo uno se dedicó al subgénero de documental.

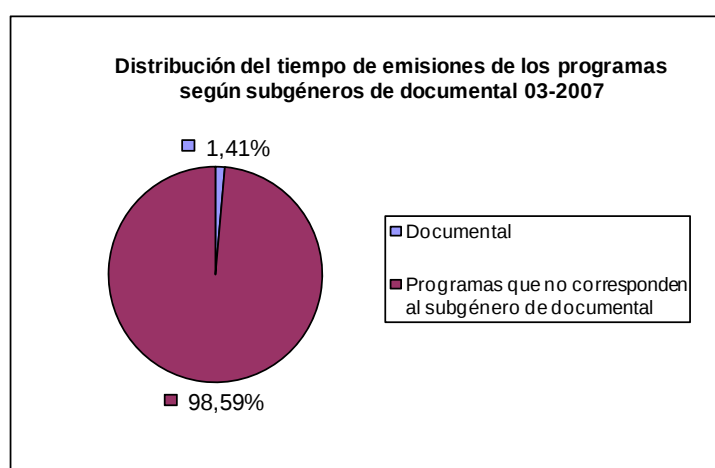


Gráfico 15. Distribución del tiempo de emisiones de los programas según subgéneros de documental 03-2007

Tabla 31. *Número de Programas y Tiempo de Emisiones por Subgéneros de Documental en cada Año*

SUBGÉNERO DE DOCUMENTAL	Marzo 2004			Marzo 2007		
	Frecuencia	Duración	%	Frecuencia	Duración	%
Documental	0	00:00:00	0,00%	1	00:24:11	1,41%
Programas que no corresponden al subgénero de documental	57	28:50:28	100,00%	60	28:14:16	98,59%
Total	57	28:50:28	100,00%	61	28:38:27	100,00%

Los subgéneros para programar

Cuando se observan en conjunto todos los subgéneros que transmitió Globovisión durante los dos períodos de estudio se llega a la conclusión de que la programación del canal cambió sustancialmente en ambos períodos, si bien algunos subgéneros mantuvieron su posición predominante. Por ejemplo, los noticieros, de ocupar 27 piezas audiovisuales en 2004, pasaron a 21 piezas en 2007, dejando suficiente espacio para la incorporación e incremento del tiempo invertido en otros subgéneros. Así fue como aparecieron nuevos subgéneros como el magazín tecnológico, el magazín deportivo y el documental, además de registrarse un crecimiento en el magazín cultural.

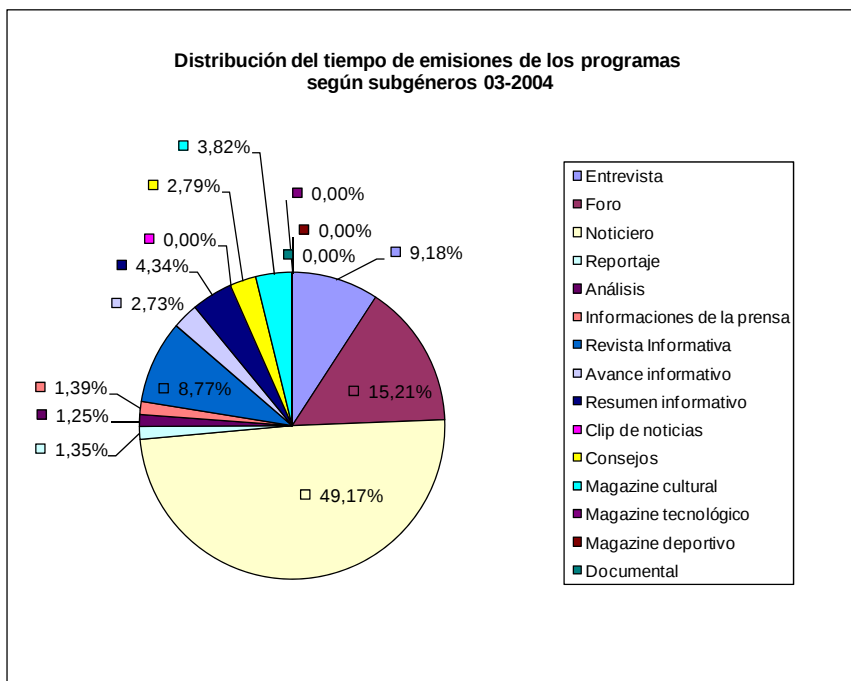


Gráfico 16. Distribución del tiempo de emisiones de los programas según subgéneros 03-2004

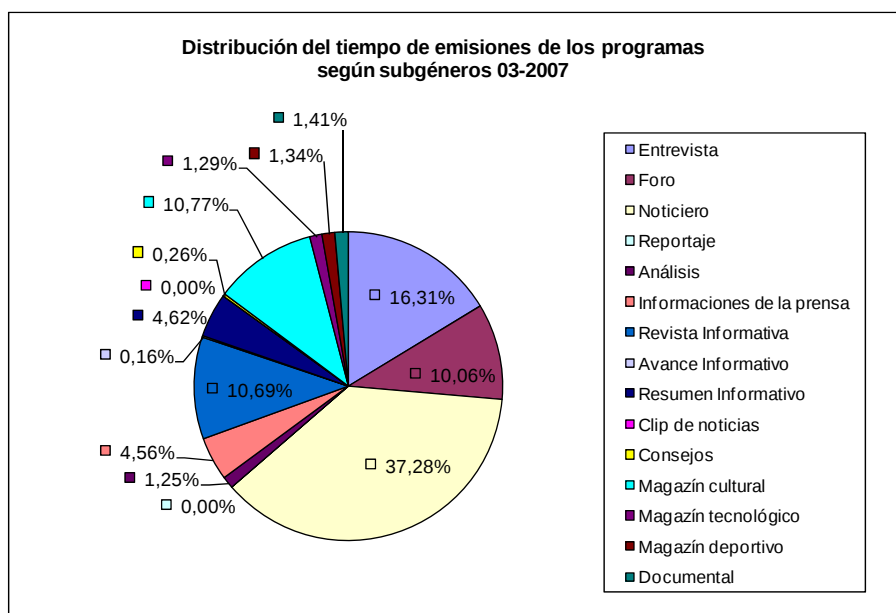


Gráfico 17. Distribución del tiempo de emisiones de los programas según subgéneros 03-2007

DISTRIBUCIÓN DE LAS CATEGORÍAS DE ANÁLISIS SEGÚN LAS BANDAS HORARIAS

Las bandas y el público de los programas

Durante el año 2004, todas las piezas audiovisuales transmitidas por el canal de noticias Globovisión estuvieron dirigidas a un público adulto. Por esa razón, la banda mañana dedicó la totalidad de su tiempo, equivalente a 37,84%, a la proyección de programas para este tipo de público.

De igual manera, las bandas tarde y noche dedicaron toda su extensión — 41,09% y 27,07%, respectivamente— a la transmisión de producciones destinadas a los adultos (Ver Tabla 32).

Tabla 32. *Bandas y Público 03-2004*

			PÚBLICO		Total	
			Adultos			
			Frec	Duración	Frec	Duración
BANDAS	Mañana	Recuento	19	10:54:52	19	10:54:52
		Porcentaje		37,84%		37,84%
	Tarde	Recuento	24	11:50:57	24	11:50:57
		Porcentaje		41,09%		41,09%
	Noche	Recuento	14	6:04:39	14	6:04:39
		Porcentaje		21,07%		21,07%
Total	Recuento	57	28:50:28	57	28:50:28	
	Porcentaje		100,00%		100,00%	

Por otra parte, la incorporación en 2007 de programas dirigidos a distintos públicos produjo un cambio en la situación. En este período, todas las piezas audiovisuales proyectadas durante la banda mañana estuvieron dirigidas a los adultos, lo que representa 37,32% del tiempo destinado a los programas. Sin embargo, durante los períodos posteriores comenzó a diversificarse el tipo de público al que se destinaban las producciones.

De esta forma, la banda tarde dedicó 32,57% de su extensión a programas dirigidos a los adultos; 7,18%, a espacios destinados predominantemente a un público adolescente; y 1,42%, a los niños, niñas y adolescentes. Por otra parte, 20,09% de la duración de la banda noche fue para programas exclusivamente destinados a adultos; y 1,42%, para programas predominantemente dirigidos a adolescentes (Ver Tabla 33).

Hay que resaltar el hecho de que la programación dirigida predominantemente a adolescentes se transmita durante la banda tarde —que de acuerdo a los tiempos establecidos por la LRSRT en su artículo 7° pertenece al horario todo usuario— y una pequeña porción durante la banda noche —que en su mayoría corresponde al horario supervisado¹⁴.

Este comportamiento al momento de distribuir las producciones en la parrilla de programación del canal parece motivado por el artículo 14 de la LRSRT, que imponía el deber a los medios radiales y televisivos de transmitir programas para niños, niñas y adolescentes en horario todo usuario¹⁵.

Tabla 33. *Bandas y Público 03-2007*

			PÚBLICO						Total	
			Adulto		Adolescentes		Niños, niñas y adolescentes			
			Frec	Duración	Frec	Duración	Frec	Duración	Frec	Duración
BANDAS	Mañana	Recuento	21	10:41:26					21	10:41:26
		Porcentaje		37,32%						37,32%
	Tarde	Recuento	24	9:19:31	5	2:03:33	1	0:24:21	30	11:47:25
		Porcentaje		32,57%		7,18%		1,42%		41,17%
	Noche	Recuento	9	5:45:17	1	0:24:19			10	6:09:36
		Porcentaje		20,09%		1,42%				21,51%
Total	Recuento	54	25:46:14	6	2:27:52	1	0:24:21	61	28:38:27	
	Porcentaje		89,98%		8,60%		1,42%		100,00%	

¹⁴ Ver página 39.

¹⁵ Ver página 41.

Las bandas y el origen de las producciones

Los datos correspondientes a 2004 reflejan que la banda mañana dividió la totalidad de su espacio, equivalente a 37,84%, en tres secciones: 31,38% del tiempo lo destinó a programas de producción nacional; 5,16%, a programas de producción extranjera; y 1,30%, a coproducciones. En cambio, la banda tarde invirtió 35,97% de su extensión en producciones nacionales y sólo 5,12%, en producciones extranjeras. Durante la noche, 18,59% fueron producciones nacionales y 2,48%, producciones extranjeras (Ver Tabla 34).

Según se puede observar, el canal destinó un porcentaje de tiempo similar para los programas nacionales durante la mañana y la tarde, al igual que a los extranjeros. Estas proporciones se redujeron durante la noche por tratarse de la banda más corta.

Tabla 34. *Bandas y Origen 03-2004*

			ORIGEN						Total	
			Producción Nacional		Producción Extranjera		Coproducción			
			Frec	Duración	Frec	Duración	Frec	Duración	Frec	Duración
BANDAS	Mañana	Recuento	10	9:03:06	8	1:29:21	1	0:22:25	19	10:54:52
		Porcentaje		31,38%		5,16%		1,30%		37,84%
	Tarde	Recuento	20	10:22:29	4	1:28:28			24	11:50:57
		Porcentaje		35,97%		5,12%				41,09%
	Noche	Recuento	11	5:21:41	3	0:42:58			14	6:04:39
		Porcentaje		18,59%		2,48%				21,07%
Total	Recuento	41	24:47:16	15	3:40:47	1	0:22:25	57	28:50:28	
	Porcentaje		85,94%		12,76%		1,30%		100,00%	

Durante 2007, la mayor cantidad de producción nacional se ubicó en la banda mañana, con un 25,08% del tiempo total dedicado al componente programas. Estuvo seguida muy de cerca por la banda tarde, que a este tipo de producciones le ofreció 22,08% de su espacio. En último lugar se situó la banda noche, que por ser la más corta, destinó sólo 13,14% a la producción nacional.

La producción nacional independiente predominó en la banda tarde, ocupando un espacio de 18,93%. Mientras, la proporción de tiempo invertida por las bandas mañana y noche en producciones independientes fue bastante cercana entre sí, ubicándose en 8,41% y 7,79%, respectivamente.

Por último, la producción extranjera tuvo su duración más amplia en la banda mañana, con 3,83% del tiempo correspondiente a los programas. Durante la tarde y la noche ocupó 0,16% y 0,68%, respectivamente (Ver Tabla 35).

Dicho esto, puede afirmarse que la mayoría de los programas son de producción nacional, ya que de los 61 transmitidos en el período estudiado, 35 son de realización criolla. 11 se transmitieron en la mañana, 18 en la tarde y seis en la noche. También es relevante la producción nacional independiente, que ocupa 35,13%, y se distribuye en 7 programas durante la mañana, 11 durante la tarde y tres en la noche. La proporción más pequeña responde a la producción extranjera, que con sus 5 programas, apenas ocupa 4,67%.

Tabla 35. *Bandas y Origen 03-2007*

			ORIGEN							
			Producción Nacional		Producción Nacional Independiente		Producción Extranjera			
			Frec	Duración	Frec	Duración	Frec	Duración	Frec	Duración
BANDAS	Mañana	Recuento	11	7:11:06	7	2:24:28	3	1:05:52	21	10:41:26
		Porcentaje		25,08%		8,41%		3,83%		37,32%
	Tarde	Recuento	18	6:19:22	11	5:25:19	1	0:02:44	30	11:47:25
		Porcentaje		22,08%		18,93%		0,16%		41,17%
	Noche	Recuento	6	3:44:08	3	2:13:49	1	0:11:39	10	6:09:36
		Porcentaje		13,04%		7,79%		0,68%		21,51%
Total	Recuento	35	17:14:36	21	10:03:36	5	1:20:15	61	28:38:27	
	Porcentaje		60,20%		35,13%		4,67%		100,00%	

Con respecto a 2004, la mayor diferencia que se observa es la disminución del tiempo destinado a la producción nacional en cada una de las bandas horarias, tiempo que en su mayoría pasó a ocupar la producción nacional independiente.

Por ejemplo, en 2007 la banda mañana fue la que dedicó más tiempo a las producciones nacionales, mientras que 2004 este lugar era ocupado por la banda tarde. Esto se debe a que en 2007, gran parte del tiempo de la banda tarde ahora es abarcado por producciones independientes.

Las bandas y funciones de la comunicación

En 2004 predominaron las producciones de corte informativo, que ocuparon 67,28% del espacio destinado a los programas. Según las bandas horarias, estas producciones ocuparon 27,63% en la mañana, lo que equivale a 16 piezas audiovisuales; en la tarde abarcaron 22,67%, distribuidas en 19 programas; y en la noche se extendieron por un espacio equivalente a 16,98%, en el que se proyectaron 11 programas.

Los espacios educativos tuvieron una dedicación mucho menor, porque tan sólo ocuparon 2,79%, que se distribuyó en tres programas. Dos se transmitieron en la mañana y representaron 1,43% de las emisiones, mientras que el último abarcó 1,36% y se difundió en la tarde. .

Los programas destinados predominantemente a la opinión fueron los segundos en importancia, luego de ocupar 29,93% en total. Durante la mañana, hubo un solo programa de este tipo, que se extendió 8,78%, mientras que en la tarde el espacio reservado para esta función casi se duplicó, al proyectar cuatro programas que abarcaron 17,06%. La porción restante correspondió a la banda noche, en la que se transmitieron tres programas (Ver Tabla 36).

Tabla 36. *Bandas y Función 03-2004*

			FUNCIÓN						Total	
			Informar		Educar		Opinar			
			Frec	Duración	Frec	Duración	Frec	Duración	Frec	Duración
BANDAS	Mañana	Recuento	16	7:58:17	2	0:24:48	1	2:31:47	19	10:54:52
		Porcentaje		27,63%		1,43%		8,78%		37,84%
	Tarde	Recuento	19	6:32:13	1	0:23:27	4	4:55:17	24	11:50:57
		Porcentaje		22,67%		1,36%		17,06%		41,09%
	Noche	Recuento	11	4:53:52			3	1:10:47	14	6:04:39
		Porcentaje		16,98%				4,09%		21,07%
Total		Recuento	46	19:24:22	3	0:48:15	8	8:37:51	57	28:50:28
		Porcentaje		67,28%		2,79%		29,93%		100,00%

Por otra parte, las unidades programáticas transmitidas en 2007 fueron predominantemente informativas (64,84%) y de opinión (20,92%), aunque también hicieron presencia las educativas (5,78%) y de entretenimiento (8,46%). Estas producciones se distribuyeron a través de las bandas horarias de la siguiente manera:

La banda mañana, que tenía una duración de 37,32%, destinó 34,73% de su extensión a informar, 0,13% a educar y 2,46% a opinar. Durante la banda tarde, en 24,31% de las emisiones televisivas predominó la intención de informar a los televidentes y en 9,80% prevaleció el propósito de opinar. Asimismo, 5,51% de las emisiones difundidas durante la tarde se destinaron principalmente al entretenimiento y el restante 1,55%, a educar. La banda noche invirtió la mayor parte de su tiempo en los programas de opinión, a los cuales brindó 8,66% de su espacio. Siguiéron los programas informativos, con 5,80%; los educativos, con 4,10%; y los de entretenimiento con 2,95% (Ver Tabla 37).

Tabla 37. *Bandas y Función 03-2007*

			FUNCIÓN								Total	
			Informar		Educar		Entretener		Opinar			
			Frec	Duración	Frec	Duración	Frec	Duración	Frec	Duración	Frec	Duración
BANDAS	Mañana	Recuento	18	9:56:51	1	0:02:15			2	0:42:20	21	10:41:26
		Porcentaje		34,73%		0,13%				2,46%		37,32%
	Tarde	Recuento	21	6:57:45	2	0:26:35	4	1:34:39	3	2:48:26	30	11:47:25
		Porcentaje		24,31%		1,55%		5,51%		9,80%		41,17%
	Noche	Recuento	3	1:39:43	2	1:10:32	2	0:50:40	3	2:28:41	10	6:09:36
		Porcentaje		5,80%		4,10%		2,95%		8,66%		21,51%
Total		Recuento	42	18:34:19	5	1:39:22	6	2:25:19	8	5:59:27	61	28:38:27
		% de Función		64,84%		5,78%		8,46%		20,92%		100,00%

El cambio más importante entre los períodos analizados es el que sucedió con los programas transmitidos en la banda noche. Durante 2004, las unidades programáticas de esta banda eran informativas o de opinión, pero nunca destinadas al entretenimiento o a la educación. En 2007, la tendencia se revierte y las funciones educar y entretener logran alcanzar en conjunto 7,05% del tiempo destinado a los programas durante la noche.

Cabe recordar que la banda noche está constituida casi absolutamente por el horario supervisado, en el cual los canales deben abstenerse de transmitir mensajes, sonidos o imágenes con carácter obsceno; que se refieran directa o indirectamente a bebidas alcohólicas o juegos de envite y azar; que hagan alusión a la desnudez sin finalidad educativa; o que hagan referencia a violencia real o dramatizada (LRSRT, 2004, Art. 6). La necesidad de no caer en ninguno de estos tópicos pudo haber motivado al canal de noticias a incrementar la programación educativa y de entretenimiento en la noche.

Durante las bandas mañana y tarde lo que más resalta en 2007 es la reducción de los programas en los que predominaba la opinión. En la mañana, la opinión se redujo para abrir paso a la información; mientras que en la tarde disminuyó para darle cabida a programas educativos y de entretenimiento.

Hay que recordar nuevamente las palabras de Ana Cristina Núñez, quien afirmó que una de las consecuencias de LRSRT había sido la reducción de los programas de opinión¹⁶.

Las bandas y los géneros

El género informativo y de opinión ocupó la mayor parte del tiempo reservado para los programas en 2004, con 93,39%. Esta proporción se distribuyó casi equitativamente en las bandas mañana y tarde, que tuvieron una dedicación de

¹⁶ Ver página 68.

35,13% y 37,19%, respectivamente. Mientras, la banda noche representó 21,07% del tiempo total invertido en este género.

Por otra parte, durante el año 2004 el género magazín abarcó una proporción muy pequeña. Tan sólo 2,71% fue el espacio cubierto por éste en la mañana y 3,90% en la tarde (Ver Tabla 38).

Tabla 38. *Bandas y Géneros 03-2004*

			GÉNEROS					
			Género Informativo y de opinión		Género Magazín			
							Frec	Duración
BANDAS	Mañana	Recuento	16	10:08:04	3	0:46:48	19	10:54:52
		Porcentaje		35,13%		2,71%		37,84%
	Tarde	Recuento	21	10:43:28	3	1:07:29	24	11:50:57
		Porcentaje		37,19%		3,90%		41,09%
	Noche	Recuento	14	6:04:39			14	6:04:39
		Porcentaje		21,07%				21,07%
Total	Recuento	51	26:56:11	6	1:54:17	57	28:50:28	
	Porcentaje		93,39%		6,61%		100,00%	

Por otra parte, en los datos correspondientes a 2007 se observa que si bien el género informativo y de opinión continuó siendo predominante en esta época, el género magazín representó una porción destacada dentro del cúmulo de tiempo invertido en las piezas audiovisuales.

El período más largo destinado a los magazines se ubicó en la banda tarde con 9,46%. En la mañana este género obtuvo una dedicación de 1,25% y en la noche, de 2,95%, para abarcar un total de 13,66%.

Por otra parte, el género informativo y de opinión alcanzó su máxima duración durante la mañana, cuando logró cubrir 36,07% de las emisiones. El porcentaje de tiempo restante atribuido a los programas de esta naturaleza se distribuyó entre la banda tarde, con 31,71%, y la noche, con 17,15%.

En total, el género informativo y de opinión constó de 48 programas, de los cuales 19 se situaron en la banda de la mañana, 22 en la banda de la tarde y siete en la banda de la noche. El género magazín estuvo conformado por dos programas transmitidos en la mañana, 8 en la tarde y 2 en la noche, mientras que el género documental apenas abarcó un programa, cuya duración fue equivalente a 1,41% (Ver Tabla 39).

Tabla 39. *Bandas y Géneros 03-2007*

			GÉNEROS						Total	
			Género Informativo y de Opinión		Género Magazín		Género Documental			
			Frec	Duración	Frec	Duración	Frec	Duración	Frec	Duración
BANDAS	Mañana	Recuento	19	10:19:55	2	0:21:31			21	10:41:26
		Porcentaje		36,07%		1,25%				37,32%
	Tarde	Recuento	22	9:04:42	8	2:42:43			30	11:47:25
		Porcentaje		31,71%		9,46%				41,17%
	Noche	Recuento	7	4:54:45	2	0:50:40	1	0:24:11	10	6:09:36
		Porcentaje		17,15%		2,95%		1,41%		21,51%
Total		Recuento	48	24:19:22	12	3:54:54	1	0:24:11	61	28:38:27
		Porcentaje		84,93%		13,66%		1,41%		100,00%

En el período 2007, destaca que durante la tarde se redujeron las emisiones televisivas pertenecientes al género informativo y de opinión en 5,48% con respecto a 2004, mientras que los programas correspondientes al género magazín se incrementaron 5,56% en esta banda horaria. También es notorio que se empezaran a divisar los magazines y documentales en la banda noche, cuando tres años estaban reservados para la mañana y la tarde.

Las bandas y los subgéneros informativos y de opinión

De las 9 clases de subgéneros informativos y de opinión que hubo en 2004, los que recibieron mayor dedicación en tiempo fueron los noticieros (49,17%), los foros (15,21%); las entrevistas (9,18%); y las revistas informativas (8,77%). Estos subgéneros se repartieron a través de las bandas horarias de la siguiente manera:

Los noticieros cubrieron 17,77% del tiempo empleado en los programas durante la mañana, para luego abarcar en la tarde y la noche 15,83% y 15,57%, respectivamente. Los dos foros se divulgaron en la tarde y tuvieron una extensión de 15,21%. Mientras, dos de las entrevistas realizadas en 2004 se difundieron durante la tarde y ocuparon un espacio de 1,86%. La entrevista más duradera se proyectó en la mañana y ocupó 5,87%, a diferencia de la transmitida en la noche que apenas consiguió 1,45% del tiempo de emisiones televisivas. Por otra parte, la revista informativa se emitió durante la mañana y tuvo una duración equivalente a 8,77%.

Durante el lapso correspondiente a 2004, se transmitieron 12 resúmenes informativos, de los cuales 6 se proyectaron en la mañana y ocuparon 2,72%; 5 se difundieron en la tarde y representaron 1,56% de las emisiones; y 1 se transmitió en la noche y tuvo una duración de 0,06%. Durante la noche se difundió un reportaje (1,35%), un análisis (1,25%) y una información de la prensa (1,39%); y en la tarde hubo dos avances informativos, que ocuparon 2,73%. El porcentaje de subgéneros distintos del informativo y de opinión fue apenas de 6,61% y se distribuyeron durante la mañana (2,71%) y la tarde (3,90%) (Ver Tabla 40).

En cuanto se refiere a 2007, los subgéneros informativos y de opinión que obtuvieron mayor dedicación en tiempo fueron los noticieros (37,28%), las entrevistas (16,31%), las revistas informativas (10,69%) y los foros (10,06%), los cuales se repartieron en las distintas bandas horarias de la siguiente forma:

Durante la mañana se transmitieron 7 noticieros, que ocuparon 13,22% del tiempo destinado a programas. Sin embargo, en la tarde esa cantidad se incrementó y se proyectaron 12 noticieros, que en total abarcaron 18,94%. En la noche apenas hubo dos emisiones, que equivalieron a 5,12%.

Por otra parte, la mayor cantidad de entrevistas se ubicó en la mañana, donde transmitieron 4 producciones que en total cubrieron 9,36%. En la tarde y la noche, el porcentaje de tiempo destinado a este subgénero fue bastante similar entre sí, ya que se situó en 3,57% y 3,38%, respectivamente.

En los días estudiados en 2007, se transmitió un foro en la tarde, que ocupó 7,50% del tiempo reservado para los programas, y otro en la noche, el cual tuvo una duración equivalente a 2,56%. Cabe destacar que los otros subgéneros informativos y de opinión alcanzaron porcentajes inferiores a 5%. A lo dicho anteriormente hay que agregar que los programas que no pertenecen a los subgéneros informativos y de opinión ocuparon 15,07% del tiempo de emisiones, y se ubicaron predominantemente en la tarde, donde lograron abarcar 9,46% (Ver Tabla 41).

Las diferencias más significativas entre los dos períodos de estudio son las relacionadas con las entrevistas y los noticieros. Durante 2007, prácticamente se duplica el tiempo destinado a las entrevistas en las bandas tarde y noche, en tanto la banda mañana alcanza un incremento de 3,49%.

Con respecto a los noticieros hay que mencionar la disminución que sufren durante 2007. En la mañana disminuyen 4,55% en comparación con 2004, mientras que en la noche la reducción se eleva a 10,45%. La tarde es la única que se registra un crecimiento de 3,11%, todavía demasiado bajo para superar la disminución que hubo en las demás bandas.

Los foros aparecen por primera vez en la noche, mientras que en 2004 se transmitían casi exclusivamente en la tarde. Además, las informaciones de la prensa empiezan a transmitirse en la mañana y se incrementan 3,17%. Resalta el que los resúmenes informativos y los análisis mantengan una proporción bastante similar en los dos años de análisis.

Los avances informativos sufren una reducción considerable en 2007, sin embargo esta situación puede atribuirse a que en el período 2004, el Consejo Nacional Electoral transmitió una rueda de prensa que Globovisión proyectó casi en su totalidad, por lo que se extendió el tiempo destinado a este subgénero informativo y de opinión.

Los subgéneros que no formaron parte del subgénero informativo y de opinión se ubicaron principalmente en la tarde y la noche en 2007.

Tabla 40. *Bandas y Subgéneros Informativos y de Opinión 03-2004*

			SUBGÉNERO INFORMATIVO Y DE OPINIÓN																				Total	
			Entrevista		Foro		Noticiero		Reportaje		Análisis		Informaciones de la prensa		Revista Informativa		Avance Informativo		Resumen informativo		No pertenecen al Subgénero Informativo y de opinión			
			Frec	Duración	Frec	Duración	Frec	Duración	Frec	Duración	Frec	Duración	Frec	Duración	Frec	Duración	Frec	Duración	Frec	Duración	Frec	Duración	Frec	Duración
BANDAS	Mañana	Recuento	1	1:41:37			8	5:07:40							1	2:31:47			6	0:47:00	3	0:46:48	19	10:54:52
		Porcentaje		5,87%				17,77%							8,77%				2,72%		2,71%		37,84%	
	Tarde	Recuento	2	0:32:08	2	4:23:09	10	4:33:53								2	0:47:15	5	0:27:03	3	1:07:29	24	11:50:57	
		Porcentaje		1,86%		15,21%		15,83%								2,73%			1,56%		3,90%		41,09%	
	Noche	Recuento	1	0:25:10			9	4:29:24	1	0:23:24	1	0:21:37	1	0:24:00					1	0:01:04			14	6:04:39
		Porcentaje		1,45%				15,57%		1,35%		1,25%		1,39%					0,06%				21,07%	
Total		Recuento	4	2:38:55	2	4:23:09	27	14:10:57	1	0:23:24	1	0:21:37	1	0:24:00	1	2:31:47	2	0:47:15	12	1:15:07	6	1:54:17	57	28:50:28
		Porcentaje		9,18%		15,21%		49,17%		1,35%		1,25%		1,39%		8,77%		2,73%		4,34%		6,61%		100,00%

Tabla 41. *Bandas y Subgéneros Informativos y de Opinión 03-2007*

			SUBGÉNEROS INFORMATIVOS Y DE OPINIÓN																			
																	No pertenecen al Subgénero Informativo y de opinión					
			Entrevista		Foro		Noticiero		Análisis		Informaciones de la prensa		Revista Informativa		Avance Informativo		Resumen informativo					
			Frec	Duración	Frec	Duración	Frec	Duración	Frec	Duración	Frec	Duración	Frec	Duración	Frec	Duración	Frec	Duración	Frec	Duración		
BANDAS	Mañana	Recuento	4	2:40:49			7	3:47:18			3	1:18:22	1	1:40:33			4	0:52:53	2	0:21:31	21	10:41:26
		Porcentaje		9,36%				13,22%				4,56%		5,85%				3,08%		1,25%		37,32%
	Tarde	Recuento	3	1:01:25	1	2:08:49	12	5:25:18						1	0:02:44	5	0:26:26	8	2:42:43	30	11:47:25	
		Porcentaje		3,57%		7,50%		18,94%							0,16%		1,54%		9,46%		41,17%	
	Noche	Recuento	2	0:58:00	1	0:44:00	2	1:28:04	1	0:21:32			1	1:23:09					3	1:14:51	10	6:09:36
		Porcentaje		3,38%		2,56%		5,12%		1,25%				4,84%						4,36%		21,51%
Total		Recuento	9	4:40:14	2	2:52:49	21	10:40:40	1	0:21:32	3	1:18:22	2	3:03:42	1	0:02:44	9	1:19:19	13	4:19:05	61	28:38:27
		Porcentaje		16,31%		10,06%		37,28%		1,25%		4,56%		10,69%		0,16%		4,62%		15,07%		100,00%

Las bandas y los subgéneros de magazín

En el período estudiado en 2004, los subgéneros de magazín se situaron únicamente en las bandas mañana y tarde, pero además representaron una pequeña porción del total destinado a los programas.

Durante la mañana, los consejos se repartieron en 2 piezas audiovisuales que en total tuvieron una dedicación de 1,43%, mientras que el magazín cultural alcanzó una duración equivalente a 1,28%. En la tarde, el panorama apenas varió. Mientras se dedicó 1,36% del tiempo a consejos, 2,54% se empleó en la emisión de dos magazines culturales.

Los restantes 51 programas proyectados en 2004, pertenecientes a los subgéneros distintos del magazín, se repartieron a la largo de las tres bandas horarias (Ver Tabla 42).

Tabla 42. *Bandas y Subgéneros de Magazín 03-2004*

			SUBGÉNEROS DE MAGAZÍN						Total	
			Consejos		Magazín Cultural		No pertenecen al Subgénero de Magazín			
			Frec	Duración	Frec	Duración	Frec	Duración	Frec	Duración
BANDAS	Mañana	Recuento	2	0:24:48	1	0:22:00	16	10:08:04	19	10:54:52
		Porcentaje		1,43%		1,28%		35,13%		37,84%
	Tarde	Recuento	1	0:23:27	2	0:44:02	21	10:43:28	24	11:50:57
		Porcentaje		1,36%		2,54%		37,19%		41,09%
	Noche	Recuento					14	6:04:39	14	6:04:39
		Porcentaje						21,07%		21,07%
Total		Recuento	3	0:48:15	3	1:06:02	51	26:56:11	57	28:50:28
		Porcentaje		2,79%		3,82%		93,39%		100,00%

El panorama en 2007 se diversifica un poco. El subgénero de magazín que ocupó el primer lugar en la porción de tiempo dedicada a los programas fue el magazín cultural, que obtuvo una dedicación de 1,12% en la mañana, 6,70% en la tarde y 2,95% en la noche, para sumar un total de 10,77%, distribuido en 8 programas.

En segundo lugar quedó el magazín deportivo, que con sólo una proyección durante la tarde, logró abarcar 1,34% de las emisiones. El magazín tecnológico se transmitió durante la tarde y tuvo una dedicación de 1,29% del tiempo de programas.

Los consejos ocuparon en total 0,13%, el cual se distribuyó en dos emisiones transmitidas durante la mañana y la tarde (Ver Tabla 43).

Tabla 43. *Bandas y Subgéneros de Magazín 03-2007*

			SUBGÉNEROS DE MAGAZÍN										Total	
			Consejos		Magazín Cultural		Magazín deportivo		Magazín tecnológico		No pertenecen al Subgénero de Magazín			
Frec	Duración	Frec	Duración	Frec	Duración	Frec	Duración	Frec	Duración	Frec	Duración	Frec	Duración	
BANDAS	Mañana	Recuento	1	0:02:15	1	0:19:18					19	10:19:55	21	10:41:28
		Porcentaje		0,13%		1,12%						36,07%		37,32%
	Tarde	Recuento	1	0:02:14	5	1:55:18	1	0:23:02	1	0:22:11	22	9:04:42	30	11:47:25
		Porcentaje		0,13%		6,70%		1,34%		1,29%		31,71%		41,17%
	Noche	Recuento			2	0:50:40					8	5:18:58	10	6:09:38
		Porcentaje				2,95%						18,58%		21,51%
Total		Recuento	2	0:04:29	8	3:05:12	1	0:23:02	1	0:22:11	49	24:43:33	61	28:38:27
		Porcentaje		0,26%		10,77%		1,34%		1,29%		86,34%		100,00%

Al momento de comparar ambos períodos, el cambio más evidente está relacionado con el magazín cultural, subgénero que se difundió en las tres bandas horarias durante 2007, lo que representa una situación inédita con respecto a 2004. A pesar de que el mayor énfasis ocurrió en la tarde, se puede observar como el canal empieza a incluir estas producciones en la banda noche, cuando en 2004 el subgénero estaba reservado para su difusión durante la mañana y la tarde. También resalta que los subgéneros de magazín que aparecen a partir de 2007 —el magazín deportivo y el magazín tecnológico— se ubiquen exclusivamente en la tarde, otorgándole un gran peso a esta banda.

Esta información coincide con el hecho de que los programas dirigidos a adolescentes se transmitan mayoritariamente durante la tarde y una pequeña proporción durante la noche¹⁷, lo que evidencia el impacto de la LRSRT en el surgimiento de programas pertenecientes a los subgéneros de magazín, especialmente destinados a los menores de edad.

¹⁷ Ver página 131, en donde se explica a qué público se dirigió la programación en cada banda horaria.

Las bandas y los subgéneros de documental

Los subgéneros de documental representaron un segmento muy pequeño de la programación transmitida durante 2007. Apenas se emitió un documental, con una duración equivalente a 1,41% durante la banda noche. El 98,59% restante se dedicó a subgéneros distintos del documental (Ver Tabla 44).

Tabla 44. *Bandas y Subgéneros de Documental 03-2007*

			SUBGENERO DE DOCUMENTAL					
			Documental		No pertenecen al subgénero de documental			
					Total			
			Frec	Duración	Frec	Duración	Frec	Duración
BANDAS	Mañana	Recuento		21	10:41:26	21	10:41:26	
		Porcentaje			37,32%		37,32%	
	Tarde	Recuento		30	11:47:25	30	11:47:25	
		Porcentaje			41,17%		41,17%	
	Noche	Recuento	1	0:24:11	9	5:45:25	10	6:09:36
		Porcentaje		1,41%		20,10%		21,51%
Total		Recuento	1	0:24:11	60	28:14:16	61	28:38:27
		Porcentaje		1,41%		98,59%		100,00%

DISTRIBUCIÓN DE LAS CATEGORÍAS DE ANÁLISIS SEGÚN EL PÚBLICO

El público y el origen de las producciones

Las producciones nacionales, extranjeras y hasta la coproducción durante 2004 estuvo destinada de manera exclusiva a los mayores de 18 años (Ver tabla 31). En total 41 piezas fueron de fabricación criolla, 15 de creación foránea y una sola fue producida de manera conjunta por nacionales y extranjeros (Ver Tabla 45).

Tabla 45. *Público y Origen 03-2004*

			ORIGEN							
			Producción Nacional		Producción Extranjera		Coproducción			
			Frec	Duración	Frec	Duración	Frec	Duración	Frec	Duración
PÚBLICO Adulto	Recuento	41	24:47:16	15	3:40:47	1	0:22:25	57	28:50:28	
	Porcentaje		85,94%		12,76%		1,30%		100,00%	
Total	Recuento	41	24:47:16	15	3:40:47	1	0:22:25	57	28:50:28	
	Porcentaje		85,94%		12,76%		1,30%		100,00%	

La diversificación del público durante 2007 permitió observar una amplia gama de unidades programáticas de distintos orígenes destinadas a distintos públicos. Los adultos pudieron disfrutar 32 piezas de producción nacional, que abarcaron 55,59% del tiempo de programas, 17 piezas de producción nacional independiente, con una dedicación de 29,72%, así como de 5 piezas de producción extranjera, que representaron 4,67% de las emisiones.

Adicionalmente, 3,19% de los programas dirigidos a los adolescentes fueron de producción nacional, mientras que 5,41% fueron de producción nacional independiente. El único programa que se dirigió a los niños, niñas y adolescentes en conjunto ocupó 1,42% y fue de producción nacional (Ver tabla 46).

Cabe acotar que los programas extranjeros transmitidos por Globovisión fueron las únicas producciones que no destinaron tiempo a los menores de edad. Por el contrario, la producción nacional buscó espacios para los niños, niñas y adolescentes en conjunto, así como segmentos dirigidos especialmente a los adolescentes. Algo similar podría decirse acerca de la producción nacional independiente, con la excepción de que ésta además de los adultos, sólo consideró a los adolescentes.

Destaca el que la producción independiente dedique un espacio mayor a los menores de edad, en comparación con la producción nacional.

Tabla 46. *Público y Origen 03-2007*

			ORIGEN						Total	
			Producción Nacional		Producción Nacional Independiente		Producción Extranjera			
			Frec	Duración	Frec	Duración	Frec	Duración		
PÚBLICO	Adulto	Recuento	32	15:55:24	17	8:30:35	5	1:20:15	54	25:46:14
		Porcentaje		55,59%		29,72%		4,67%		89,98%
	Adolescentes	Recuento	2	0:54:51	4	1:33:01			6	2:27:52
		Porcentaje		3,19%		5,41%				8,60%
	Niños, niñas y adolescentes	Recuento	1	0:24:21					1	0:24:21
		Porcentaje		1,42%						1,42%
Total		Recuento	35	17:14:36	21	10:03:36	5	1:20:15	61	28:38:27
		Porcentaje		60,20%		35,13%		4,67%		100,00%

El público y las funciones de la comunicación

Los programas transmitidos por Globovisión en 2004 fueron predominantemente informativos (67,28%) y de opinión (29,93%), aunque se destinó una pequeña proporción para los segmentos educativos (2,79%). Sin embargo, todos estos programas estuvieron dirigidos a un público adulto (Ver Tabla 47).

Tabla 47. *Público y Función 03-2004*

			FUNCIÓN						Total	
			Informar		Educar		Opinar			
			Frec	Duración	Frec	Duración	Frec	Duración	Frec	Duración
PÚBLICO	Adulto	Recuento	46	19:24:22	3	0:48:15	8	8:37:51	57	28:50:28
		Porcentaje		67,28%		2,79%		29,93%		100,00%
Total		Recuento	46	19:24:22	3	0:48:15	8	8:37:51	57	28:50:28
		Porcentaje		67,28%		2,79%		29,93%		100,00%

La situación varía un poco en 2007, año en que se diversificaron los tipos de público a los que se dirigía tradicionalmente la programación del canal de noticias. Del 64,84% de espacio atribuido a las emisiones informativas, 61,90% se destinó a los adultos, en tanto 2,94% se dirigió a los adolescentes.

Los segmentos educativos, que en total ocuparon 5,78%, dedicaron 4,36% de su espacio a los adultos y 1,42% a los niños, niñas y adolescentes. En cambio, los

programas de entretenimiento se orientaron predominantemente a los adolescentes, a los cuales destinaron un espacio de 5,66%. Apenas 2,80% de estas producciones tuvieron como objetivo los adultos.

Por último, los programas de opinión, cuya dedicación en tiempo fue de 20,92%, se dedicaron exclusivamente a los adultos (Ver Tabla 48).

Tabla 48. *Público y Función 03-2007*

			FUNCIÓN								Total	
			Informar		Educar		Entretener		Opinar			
			Frec	Duración	Frec	Duración	Frec	Duración	Frec	Duración	Frec	Duración
PUBLICO	Adulto	Recuento	40	17:43:48	4	1:15:01	2	0:47:58	8	5:59:27	54	25:46:14
		Porcentaje		61,90%		4,36%		2,80%		20,92%		89,98%
	Adolescentes	Recuento	2	0:50:31			4	1:37:21			6	2:27:52
		Porcentaje		2,94%				5,66%				8,60%
	Niños, niñas y adolescentes	Recuento			1	0:24:21					1	0:24:21
		Porcentaje				1,42%						1,42%
Total		Recuento	42	18:34:19	5	1:39:22	6	2:25:19	8	5:59:27	61	28:38:27
		Porcentaje		64,84%		5,78%		8,46%		20,92%		100,00%

Una vez considerados estos datos, salta a la vista que los espacios destinados a los menores de edad pertenezcan a la función informar, educar y entretener, pero nunca a la función opinar. En cambio, los adultos tienen una gama amplia, que a partir de 2007 también incluye segmentos de entretenimiento, que no figuraban en la programación de 2004. Sin embargo, el entretenimiento ocupa todavía una proporción muy baja si se le compara con los altos volúmenes de la información o la opinión.

El público y los géneros

Durante el período analizado en 2004, todos los programas pertenecientes al género informativo y de opinión (93,39%), al igual que los correspondientes al género magazín se dedicaron a los adultos (6,61%) (Ver Tabla 49).

Tabla 49. *Público y Géneros 03-2004*

			GÉNEROS				Total	
			Género Informativo y de Opinión		Género Magazín			
Frec	Duración	Frec	Duración	Frec	Duración			
PÚBLICO Adulto Recuento	51	26:56:11	6	1:54:17	57	28:50:28		
Porcentaje		93,39%		6,61%		100,00%		
Total Recuento	51	26:56:11	6	1:54:17	57	28:50:28		
Porcentaje		93,39%		6,61%		100,00%		

El cambio se manifestó en 2007, cuando el género informativo y de opinión se redujo para dar mayor cabida a los magazines y documentales. En esta época, los géneros destinados al público adulto se diversificaron, si bien el género informativo y de opinión siguió ocupando el primer lugar con 83,28%. Los mayores de edad pudieron disfrutar de una porción equivalente a 5,29% de programas pertenecientes al género magazín, cifra 1,32% menor que en 2004; pero al mismo tiempo, percibieron un programa perteneciente al género documental, que abarcó 1,41%.

Los segmentos destinados a los adolescentes recibieron durante esta época una dedicación en tiempo de 8,60%, de los cuales 1,65% correspondió al género informativo y de opinión y 6,95% se destinó a programas relacionados con el género magazín. Los niños, niñas y adolescentes pudieron presenciar un magazín, cuya duración fue de 1,42% (Ver Tabla 50).

Tabla 50. *Público y Géneros 03-2007*

			GÉNEROS						Total	
			Género Informativo y de Opinión		Género Magazín		Género Documental			
			Frec	Duración	Frec	Duración	Frec	Duración		
PUBLICO	Adulto	Recuento	47	23:51:02	6	1:31:01	1	0:24:11	54	25:46:14
		Porcentaje		83,28%		5,29%		1,41%		89,98%
	Adolescentes	Recuento	1	0:28:20	5	1:59:32			6	2:27:52
		Porcentaje		1,65%		6,95%				8,60%
	Niños, niñas y adolescentes	Recuento			1	0:24:21			1	0:24:21
		Porcentaje				1,42%				1,42%
Total		Recuento	48	24:19:22	12	3:54:54	1	0:24:11	61	28:38:27
		Porcentaje		84,93%		13,66%		1,41%		100,00%

Como se puede observar, la mayoría de los programas destinados a niños, niñas y adolescentes formaron parte del género magazín, mientras que los adultos pudieron observar producciones que predominantemente pertenecían al género informativo y de opinión.

El público y los subgéneros informativos y de opinión

Durante 2004, absolutamente todas las emisiones televisivas ubicadas en el subgénero informativo y de opinión se destinaron a los adultos (Ver tabla 51). En 2007, el panorama no varió demasiado, ya que casi todo el tiempo empleado en los subgéneros informativos y de opinión fue dirigido de forma exclusiva a los adultos, que ocuparon 83,28% del espacio, en tanto a los adolescentes sólo se destinaron 1,65% de las emisiones. Los programas dirigidos predominantemente a niños, niñas y adolescentes en conjunto permanecieron ausentes en la proporción de tiempo concerniente a los subgéneros informativos y de opinión durante 2007. Sin embargo, cabe resaltar que las piezas televisivas que no pertenecen a estos subgéneros, lograron dedicar un mayor porcentaje de tiempo a los menores de edad (Ver tabla 52).

Entre ambos períodos de análisis, los noticieros sufrieron una reducción de 11,89%. Sin embargo, un dato significativo parece ser el que un porcentaje elevado de esa diferencia se haya trasladado en 2007 a subgéneros distintos de los informativos y de opinión, en los que tuvieron cabida la mayoría de los contenidos dirigidos a niños y adolescentes.

Tabla 51. *Público y Subgéneros Informativos y de Opinión 03-2004*

			SUBGÉNEROS INFORMATIVOS Y DE OPINIÓN																				Total	
			Entrevista		Foro		Noticiero		Reportaje		Análisis		Informaciones de la prensa		Revista Informativa		Avance Informativo		Resumen informativo		No pertenecen al Subgénero Informativo y de opinión			
			Frec	Duración	Frec	Duración	Frec	Duración	Frec	Duración	Frec	Duración	Frec	Duración	Frec	Duración	Frec	Duración	Frec	Duración	Frec	Duración	Frec	Duración
PUBLICO	Adulto	Recuento	4	2:38:55	2	4:23:09	27	14:10:57	1	0:23:24	1	0:21:37	1	0:24:00	1	2:31:47	2	0:47:15	12	1:15:07	6	1:54:17	57	28:50:28
		Porcentaje		9,18%		15,21%		49,17%		1,35%		1,25%		1,39%		8,77%		2,73%		4,34%		6,61%		100,00%
Total		Recuento	4	2:38:55	2	4:23:09	27	14:10:57	1	0:23:24	1	0:21:37	1	0:24:00	1	2:31:47	2	0:47:15	12	1:15:07	6	1:54:17	57	28:50:28
		Porcentaje		9,18%		15,21%		49,17%		1,35%		1,25%		1,39%		8,77%		2,73%		4,34%		6,61%		100,00%

Tabla 52. *Público y Subgéneros Informativos y de Opinión 03-2007*

			SUBGÉNEROS INFORMATIVOS Y DE OPINIÓN																		Total		
			Entrevista		Foro		Noticiero		Análisis		Informaciones de la prensa		Revista Informativa		Avance Informativo		Resumen informativo		No pertenecen al Subgénero Informativo y de opinión				
			Frec	Duración	Frec	Duración	Frec	Duración	Frec	Duración	Frec	Duración	Frec	Duración	Frec	Duración	Frec	Duración	Frec	Duración	Frec	Duración	
PÚBLICO	Adulto	Recuento	9	4:40:14	2	2:52:49	20	10:12:20	1	0:21:32	3	1:18:22	2	3:03:42	1	0:02:44	9	1:19:19	7	1:55:12	54	25:46:14	
		Porcentaje		16,31%		10,06%		35,63%		1,25%		4,56%		10,69%		0,16%		4,62%		6,70%		89,98%	
	Adolescentes	Recuento					1	0:28:20											5	1:59:32	6	2:27:52	
		Porcentaje						1,65%												6,95%		8,60%	
	Niños, Niñas y adolescentes	Recuento																		1	0:24:21	1	0:24:21
		Porcentaje																			1,42%		1,42%
Total		Recuento	9	4:40:14	2	2:52:49	21	10:40:40	1	0:21:32	3	1:18:22	2	3:03:42	1	0:02:44	9	1:19:19	13	4:19:05	61	28:38:27	
		Porcentaje		16,31%		10,06%		37,28%		1,25%		4,56%		10,69%		0,16%		4,62%		15,07%		100,00%	

El público y los subgéneros de magazín

Durante 2004, sólo hubo 6 programas pertenecientes a los subgéneros de magazín y el espacio que ocuparon (6,61%) se destinó en su totalidad a los adultos (Ver Tabla 53). En cambio, los subgéneros de magazín en el período analizado en 2007 fueron destinados primordialmente a los adolescentes, si bien los niños, niñas y adolescentes en conjunto merecieron una dedicación especial. En esta época, el subgénero de magazín dirigido a adolescentes que ocupó el primer lugar fue el magazín cultural con 4,32%, seguido del magazín deportivo que ocupó 1,34% y del magazín tecnológico que representó 1,29%. A los niños, niñas y adolescentes se destinó un único magazín cultural, que tuvo una duración equivalente a 1,42%.

Los espacios destinados a los adultos apenas representaron 5,26% de las emisiones, de las cuales 0,26% se reservaron para los consejos y 5,03% para los magazines culturales (Ver Tabla 54).

Sin embargo, resalta la reducción de 1,35% que hubo en los subgéneros de magazín destinados a los adultos en 2007, en relación con los datos de 2004.

Tabla 53. *Público y Subgéneros de Magazín 03-2004*

			SUBGÉNEROS DE MAGAZÍN						Total	
			Consejos		Magazín Cultural		No pertenecen al subgénero de Magazín			
			Frec	Duración	Frec	Duración	Frec	Duración	Frec	Duración
PÚBLICO Adulto Recuento			3	0:48:15	3	1:06:02	51	26:56:11	57	28:50:28
Porcentaje				2,79%		3,82%		93,39%		100,00%
Total Recuento			3	0:48:15	3	1:06:02	51	26:56:11	57	28:50:28
Porcentaje				2,79%		3,82%		93,39%		100,00%

Tabla 54. *Público y Subgéneros de Magazin 03-2007*

			SUBGÉNEROS DE MAGAZÍN										Total	
			Consejos		Magazín Cultural		Magazín deportivo		Magazín tecnológico		No pertenecen al subgénero de magazin			
Frec	Duración	Frec	Duración	Frec	Duración	Frec	Duración	Frec	Duración	Frec	Duración	Frec	Duración	
PÚBLICO	Adulto	Recuento	2	0:04:29	4	1:26:32					48	24:15:13	54	25:46:14
		Porcentaje		0,26%		5,03%						84,69%		89,98%
	Adolescentes	Recuento			3	1:14:19	1	0:23:02	1	0:22:11	1	0:28:20	6	2:27:52
		Porcentaje				4,32%		1,34%		1,29%		1,65%		8,60%
	Niños, Niñas y adolescentes	Recuento			1	0:24:21							1	0:24:21
		Porcentaje				1,42%								1,42%
Total		Recuento	2	0:04:29	8	3:05:12	1	0:23:02	1	0:22:11	49	24:43:33	61	28:38:27
		Porcentaje		0,26%		10,77%		1,34%		1,29%		86,34%		100,00%

El público y los subgéneros de documental

El único documental que se transmitió durante el lapso analizado en 2007 se destinó a un público adulto y abarcó 1,41% del tiempo total destinado a los programas.

Tabla 55. *Público y Subgéneros de Documental 03-2007*

			SUBGÉNERO DE DOCUMENTAL				Total	
			Documental		No pertenecen al subgénero de documental			
PÚBLICO	Adulto	Recuento	1	0:24:11	53	25:22:03	54	25:46:14
		Porcentaje		1,41%		88,57%		89,98%
	Adolescentes	Recuento			6	2:27:52	6	2:27:52
		Porcentaje				8,60%		8,60%
	Niños, Niñas y adolescentes	Recuento			1	0:24:21	1	0:24:21
		Porcentaje				1,42%		1,42%
Total		Recuento	1	0:24:11	60	28:14:16	61	28:38:27
		Porcentaje		1,41%		98,59%		100,00%

DISTRIBUCIÓN DE LAS CATEGORÍAS DE ANÁLISIS SEGÚN EL ORIGEN

El origen y las funciones de la comunicación

Los datos correspondientes a 2004 reflejan que la mayoría de los programas de producción nacional fueron predominantemente informativos, porque ocuparon

54,52% de las emisiones. El tiempo restante destinado a este tipo de producciones se empleó en piezas educativas, a las cuales se proporcionó un espacio de 1,49%, y en piezas de opinión, que en total obtuvieron 29,93%.

El tiempo empleado en la producción extranjera se orientó en su totalidad a la transmisión de programas cuya función predominante era informar, por lo que esta clase de programas ocuparon 12,76% de las emisiones. La coproducción representó apenas 1,30% y dedicó predominantemente su extensión a la función educar (Ver Tabla 56).

Tabla 56. *Origen y Función 03-2004*

			FUNCIÓN						Total	
			Informar		Educar		Opinar			
			Frec	Duración	Frec	Duración	Frec	Duración	Frec	Duración
ORIGEN	Producción Nacional	Recuento	31	15:43:35	2	0:25:50	8	8:37:51	41	24:47:16
		Porcentaje		54,52%		1,49%		29,93%		85,94%
	Producción Extranjera	Recuento	15	3:40:47					15	3:40:47
		Porcentaje		12,76%						12,76%
	Coproducción	Recuento			1	0:22:25			1	0:22:25
		Porcentaje				1,30%				1,30%
Total		Recuento	46	19:24:22	3	0:48:15	8	8:37:51	57	28:50:28
		Porcentaje		67,28%		2,79%		29,93%		100,00%

Durante el período 2007, en los espacios destinados por Globovisión a la producción nacional, se transmitieron 49,93% de programas predominantemente informativos; 5,52% de programas educativos; 1,54% de piezas de entretenimiento y 3,81% de producciones dirigidas principalmente a la opinión.

Por otra parte, 11,96% de la producción nacional independiente se difundió con el objeto primordial de informar; 0,26% con el propósito de educar; 6,92% con la intención de entretener y 15,99% con el cometido de opinar.

Adicionalmente, 3,55% de la producción extranjera se destinó a informar y 1,12% a opinar (Ver Tabla 57).

Tabla 57. *Origen y Función 03-2007*

			FUNCIÓN								Total	
			Informar		Educar		Entretener		Opinar			
			Frec	Duración	Frec	Duración	Frec	Duración	Frec	Duración	Frec	Duración
ORIGEN	Producción Nacional	Recuento	29	14:07:40	3	1:34:53	1	0:26:31	2	1:05:32	35	17:14:36
		Porcentaje		49,33%		5,52%		1,54%		3,81%		60,20%
	Producción Nacional Independiente	Recuento	9	3:25:35	2	0:04:29	5	1:58:48	5	4:34:44	21	10:03:36
		Porcentaje		11,96%		0,26%		6,92%		15,99%		35,13%
	Producción Extranjera	Recuento	4	1:01:04					1	0:19:11	5	1:20:15
		Porcentaje		3,55%						1,12%		4,67%
Total		Recuento	42	18:34:19	5	1:39:22	6	2:25:19	8	5:59:27	61	28:38:27
		Porcentaje		64,84%		5,78%		8,46%		20,92%		100,00%

Cuando se compara la información obtenida en los dos lapsos de estudio se observa en principio una redistribución de los programas cuya función predominante era opinar. En 2004, la opinión era exclusiva de los programas de producción nacional, sin embargo lo que ocurre tres años después es que las emisiones con estas características se reducen 26,12%, para ubicarse en 3,81%. De tal manera, crecen las producciones nacionales independientes dedicadas a opinar y, por primera vez, los programas de producción extranjera también dedican un espacio a la opinión.

Además, los programas informativos de producción nacional se reducen 5,29% entre ambos períodos. Por el contrario, se incrementan los espacios educativos en 4,03% dentro del rango de piezas de creación criolla y aparecen los segmentos de entretenimiento tanto de producción nacional, como de producción nacional independiente.

El origen y los géneros

La producción nacional durante 2004 destinó casi toda su extensión a los programas del género informativo y de opinión, con un 84,45% de dedicación, razón por la cual el género de magazín apenas alcanzó a ocupar 1,49% del espacio.

No obstante, la producción extranjera dedicó 3,82% de su tiempo al género magazín, si bien la proporción alcanzada por el subgénero informativo y de opinión

superó ese tiempo, con 8,94% de las emisiones. La coproducción se ubicó en el género de magazín y ocupó 1,30% del espacio de programas (Ver Tabla 58).

Tabla 58. *Origen y Géneros 03-2004*

			GÉNEROS				Total	
			Informativo y de opinión		Magazín			
			Frec	Duración	Frec	Duración	Frec	Duración
ORIGEN	Producción Nacional	Recuento	39	24:21:26	2	0:25:50	41	24:47:16
		Porcentaje		84,45%		1,49%		85,94%
	Producción Extranjera	Recuento	12	2:34:45	3	1:06:02	15	3:40:47
		Porcentaje		8,94%		3,82%		12,76%
	Coproducción	Recuento			1	0:22:25	1	0:22:25
		Porcentaje				1,30%		1,30%
Total	Recuento	51	26:56:11	6	1:54:17	57	28:50:28	
	Porcentaje		93,39%		6,61%		100,00%	

La situación se modificó sustancialmente en 2007, momento en que la producción nacional perteneciente al género informativo y de opinión sufrió un descenso de 28,61% con respecto a 2004, para ubicarse en 55,84%. En contraste, los programas nacionales pertenecientes al género de magazín casi duplicaron sus emisiones, ya que representaron 2,95%. El documental también formó parte de las producciones nacionales y abarcó 1,41%.

El cambio con respecto a la producción extranjera también fue significativo. En este período los programas foráneos únicamente formaron parte del género informativo y de opinión, con una dedicación de 4,67%, cuando en 2004 también destinaron espacios al género magazín.

La producción nacional independiente pasó a ocupar una proporción elevada del tiempo destinado a los géneros informativos y de opinión en 2007, luego de abarcar 24,42% de los espacios. Igual sucedió con el género magazín de producción nacional independiente, que se ubicó en 10,71% (Ver Tabla 59).

Tabla 59. *Origen y Géneros 03-2007*

			GÉNEROS						Total	
			Informativo y de opinión		Magazín		Documental			
			Frec	Duración	Frec	Duración	Frec	Duración	Frec	Duración
ORIGEN	Producción Nacional	Recuento	32	15:59:33	2	0:50:52	1	0:24:11	35	17:14:36
		Porcentaje		55,84%		2,95%		1,41%		60,20%
	Producción Nacional Independiente	Recuento	11	6:59:34	10	3:04:02			21	10:03:36
		Porcentaje		24,42%		10,71%				35,13%
	Producción Extranjera	Recuento	5	1:20:15					5	1:20:15
		Porcentaje		4,67%						4,67%
Total		Recuento	48	24:19:22	12	3:54:54	1	0:24:11	61	28:38:27
		Porcentaje		84,93%		13,66%		1,41%		100,00%

El origen y los subgéneros informativos y de opinión

Durante 2004, los programas de producción nacional pertenecieron a una amplia gama de subgéneros informativos y de opinión. Sin embargo, sólo las entrevistas (9,18%), los foros (15,21%), los reportajes (1,35%), los análisis (1,25%), las informaciones de la prensa (1,39%), las revistas informativas (8,77%) y los avances informativos (2,73%) fueron exclusivamente de producción nacional.

En total, los noticieros ocuparon 49,17% del tiempo reservado para programas, del cual 44,12% se dedicó a la producción nacional y 5,05% a la producción extranjera. En tanto, los resúmenes informativos de producción nacional representaron 0,45%, mientras que los de producción independiente contemplaron 3,89% de las emisiones (Ver Tabla 60).

Por otra parte, cuando se observaron los datos correspondientes a 2007, se percibió una diversificación en el origen de los subgéneros informativos y de opinión que se proyectaban a través de la pantalla de Globovisión. Por ejemplo, los foros, las entrevistas y las revistas informativas eran programas de producción nacional en 2004, pero luego de la aplicación de la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión, esta situación se modificó. Las entrevistas proyectadas durante el período estudiado en 2007 ocuparon 16,31% del tiempo destinado a los programas, pero de

esa proporción las producciones nacionales sólo representaron 8,34%, ya que 6,18% se orientó a producciones independientes y 1,79% a producciones extranjeras. Algo similar ocurrió con los foros, que a pesar de poseer un espacio de 10,06%, apenas 2,56% fue de producción nacional, porque el resto se destinó a la producción nacional independiente. Las revistas informativas también destacaron por invertir 4,84% de su espacio en los programas de creación independiente y sólo 5,85% a los desarrollados en el país por el medio de comunicación (Ver Tabla 61).

A diferencia de las informaciones de la prensa y los avances informativos, que en el período estudiado en 2007 se transformaron en producciones independientes y producciones extranjeras respectivamente, los análisis continuaron siendo de producción nacional.

Tabla 60. Origen y Subgéneros Informativos y de Opinión 03-2004

			SUBGÉNEROS INFORMATIVOS Y DE OPINIÓN																				Total	
			Entrevista		Foro		Noticiero		Reportaje		Análisis		Informaciones de la prensa		Revista Informativa		Avance Informativo		Resumen informativo		No pertenecen al Subgénero Informativo y de Opinión			
			Frec	Duración	Frec	Duración	Frec	Duración	Frec	Duración	Frec	Duración	Frec	Duración	Frec	Duración	Frec	Duración	Frec	Duración	Frec	Duración	Frec	Duración
ORIGEN	Producción Nacional	Recuento	4	2:38:55	2	4:23:09	22	12:43:30	1	0:23:24	1	0:21:37	1	0:24:00	1	2:31:47	2	0:47:15	5	0:07:49	2	0:25:50	41	24:47:16
		Porcentaje		9,18%		15,21%		44,12%		1,35%		1,25%		1,39%		8,77%		2,73%		0,45%		1,49%		85,94%
	Producción Extranjera	Recuento					5	1:27:27											7	1:07:18	3	1:06:02	15	3:40:47
		Porcentaje						5,05%												3,89%		3,82%		12,76%
	Coproducción	Recuento																			1	0:22:25	1	0:22:25
		Porcentaje																				1,30%		1,30%
Total		Recuento	4	2:38:55	2	4:23:09	27	14:10:57	1	0:23:24	1	0:21:37	1	0:24:00	1	2:31:47	2	0:47:15	12	1:15:07	6	1:54:17	57	28:50:28
		Porcentaje		9,18%		15,21%		49,17%		1,35%		1,25%		1,39%		8,77%		2,73%		4,34%		6,61%		100,00%

Tabla 61. Origen y Subgéneros Informativos y de Opinión 03-2007

			SUBGÉNEROS INFORMATIVOS Y DE OPINIÓN																		Total	
			Entrevista		Foro		Noticiero		Análisis		Informaciones de la prensa		Revista Informativa		Avance Informativo		Resumen informativo		No pertenecen al Subgénero Informativo y de Opinión			
			Frec	Duración	Frec	Duración	Frec	Duración	Frec	Duración	Frec	Duración	Frec	Duración	Frec	Duración	Frec	Duración	Frec	Duración	Frec	Duración
ORIGEN	Producción Nacional	Recuento	2	2:23:24	1	0:44:00	19	9:53:59	1	0:21:32			1	1:40:33			8	0:56:05	3	1:15:03	35	17:14:36
		Porcentaje		8,34%		2,56%		34,56%		1,25%				5,85%				3,27%		4,37%		60,20%
	Producción Nacional Independiente	Recuento	5	1:46:00	1	2:08:49					3	1:18:22	1	1:23:09			1	0:23:14	10	3:04:02	21	10:03:36
		Porcentaje		6,18%		7,50%						4,56%		4,84%				1,35%		10,70%		35,13%
	Producción Extranjera	Recuento	2	0:30:50			2	0:46:41							1	0:02:44					5	1:20:15
		Porcentaje		1,79%				2,72%								0,16%						4,67%
Total		Recuento	9	4:40:14	2	2:52:49	21	10:40:40	1	0:21:32	3	1:18:22	2	3:03:42	1	0:02:44	9	1:19:19	13	4:19:05	61	28:38:27
		Porcentaje		16,31%		10,06%		37,28%		1,25%		4,56%		10,69%		0,16%		4,62%		15,07%		100,00%

El origen y los subgéneros de magazín

Los programas correspondientes a los subgéneros de magazín que fueron transmitidos durante 2004 pertenecieron a variados orígenes. De tal forma, la producción nacional estuvo integrada por los consejos, que abarcaron 1,49% del tiempo de emisiones, y por la coproducción, que obtuvo una dedicación de 1,30%.

En cambio, las unidades programáticas pertenecientes al subgénero magazín cultural fueron en su totalidad de producción extranjera, lo que representa 3,82% de las emisiones televisivas.

Tabla 62. *Origen y Subgéneros de Magazín 03-2004*

			SUBGÉNEROS DE MAGAZÍN							
			Consejos		Magazín Cultural		No pertenecen al Subgénero de Magazín			
			Frec	Duración	Frec	Duración	Frec	Duración	Frec	Duración
ORIGEN	Producción Nacional	Recuento	2	0:25:50			39	24:21:26	41	24:47:16
		Porcentaje		1,49%				84,45%		85,94%
	Producción Extranjera	Recuento			3	1:06:02	12	2:34:45	15	3:40:47
		Porcentaje				3,82%		8,94%		12,76%
	Coproducción	Recuento	1	0:22:25					1	0:22:25
		Porcentaje		1,30%						1,30%
Total		Recuento	3	0:48:15	3	1:06:02	51	26:56:11	57	28:50:28
		Porcentaje		2,79%		3,82%		93,39%		100,00%

Cuando se comparan los resultados anteriores con los obtenidos en 2007, se distinguen varios cambios. En primer lugar, los consejos dejan de ser producciones nacionales o coproducciones, para insertarse dentro de la producción nacional independiente, a pesar de que sólo representan 0,26% del tiempo de programas. El magazín cultural no sólo crece en el segundo período de análisis, sino que además cuenta con producciones nacionales que abarcan 2,96% y producciones nacionales independientes que ocupan 7,81%. Adicionalmente, los nuevos subgéneros de magazín que aparecen en 2007 se suman a las producciones nacionales independientes.

Este panorama muestra como los subgéneros de magazín pasaron a formar parte casi exclusivamente de los programas nacionales de origen autónomo, concebidos y estimulados por la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión.

Tabla 63. *Origen y Subgéneros de Magazín 03-2007*

			SUBGÉNEROS DE MAGAZÍN										Total	
			Consejos		Magazín Cultural		Magazín deportivo		Magazín tecnológico		No pertenecen al Subgénero de Magazín			
			Frec	Duración	Frec	Duración	Frec	Duración	Frec	Duración	Frec	Duración	Frec	Duración
ORIGEN	Producción Nacional	Recuento			2	0:50:52					33	16:23:44	35	17:14:36
		Porcentaje				2,96%						57,24%		60,20%
	Producción Nacional Independiente	Recuento	2	0:04:29	6	2:14:20	1	0:23:02	1	0:22:11	11	6:59:34	21	10:03:36
		Porcentaje		0,26%		7,81%		1,34%		1,29%		24,43%		35,13%
	Producción Extranjera	Recuento									5	1:20:15	5	1:20:15
		Porcentaje										4,67%		4,67%
Total		Recuento	2	0:04:29	8	3:05:12	1	0:23:02	1	0:22:11	49	24:43:33	61	28:38:27
		Porcentaje		0,26%		10,77%		1,34%		1,29%		86,34%		100,00%

El origen y los subgéneros de documental

El documental que se proyectó en el período estudiado en 2007 fue de producción nacional y abarcó 1,41% de las emisiones.

Tabla 64. *Origen y Subgéneros de Documental 03-2007*

			SUBGÉNERO DE DOCUMENTAL				Total	
			Documental		No pertenecen al subgénero de documental			
			Frec	Duración	Frec	Duración	Frec	Duración
ORIGEN	Producción Nacional	Recuento	1	0:24:11	34	16:50:25	35	17:14:36
		Porcentaje						
	Producción Nacional Independiente	Recuento	21	10:03:36	21	10:03:36		
		Porcentaje					35,13%	35,13%
	Producción Extranjera	Recuento	5	1:20:15	5	1:20:15		
		Porcentaje					4,67%	4,67%
Total		Recuento	1	0:24:11	60	28:14:16		
		Porcentaje					1,41%	98,59%

DISTRIBUCIÓN DE LAS CATEGORÍAS DE ANÁLISIS SEGÚN LA FUNCIÓN

La función y los géneros

En el período de análisis correspondiente a 2004, 63,46% de los programas transmitidos por Globovisión eran informativos y pertenecían al género informativo y de opinión, en tanto 3,82% de las piezas televisivas eran informativas, pero correspondían al género de magazín.

Los programas educativos, que ocuparon 2,79%, se ubicaron en el género de magazín, a diferencia de las producciones cuya intención predominante era opinar, que se ubicaron en los subgéneros informativos y de opinión y abarcaron 29,93% del tiempo para programas (Ver Tabla 65).

Tabla 65. *Función y Géneros 03-2004*

			GÉNEROS				Total	
			Informativo y de opinión		Magazín			
			Frec	Duración	Frec	Duración	Frec	Duración
FUNCIÓN	Informar	Recuento	43	18:18:20	3	1:06:02	46	19:24:22
		Porcentaje		63,46%		3,82%		67,28%
	Educar	Recuento			3	0:48:15	3	0:48:15
		Porcentaje				2,79%		2,79%
	Opinar	Recuento	8	8:37:51			8	8:37:51
		Porcentaje		29,93%				29,93%
Total	Recuento	51	26:56:11	6	1:54:17	57	28:50:28	
	Porcentaje		93,39%		6,61%		100,00%	

En 2007, la mayoría de los programas transmitidos por la planta televisiva fueron informativos, pero además pertenecían al género informativo y de opinión. Esta clase de piezas televisivas tuvieron una extensión de 61,31%, lo que representa una proporción elevada si se le compara con los géneros de magazín —en los que predominó la intención de informar— que apenas abarcaron 3,53%.

Para esta época, hubo programas educativos en los tres tipos de géneros que se observaron. Los que se ubicaron en el género informativo y de opinión alcanzaron

una dedicación en tiempo de 2,70%; los pertenecientes al género magazín ocuparon 1,67% y los concernientes al género documental lograron 1,41%. Adicionalmente, todos los programas de entretenimiento se ubicaron en el género magazín y obtuvieron una dedicación de 8,46%.

Mientras, los programas de opinión que ocuparon 29,92%, se ubicaron en su totalidad en el género informativo y de opinión (Ver Tabla 66).

Tabla 66. *Función y Géneros 03-2007*

			GÉNEROS						Total	
			Informativo y de Opinión		Magazín		Documental			
			Frec	Duración	Frec	Duración	Frec	Duración	Frec	Duración
FUNCIÓN	Informar	Recuento	39	17:33:34	3	1:00:45			42	18:34:19
		Porcentaje		61,31%		3,53%				64,84%
	Educar	Recuento	1	0:46:21	3	0:28:50	1	0:24:11	5	1:39:22
		Porcentaje		2,70%		1,67%		1,41%		5,78%
	Entretener	Recuento			6	2:25:19			6	2:25:19
		Porcentaje				8,46%				8,46%
	Opinar	Recuento	8	5:59:27					8	5:59:27
		Porcentaje		20,92%						20,92%
Total	Recuento	48	24:19:22	12	3:54:54	1	0:24:11	61	28:38:27	
	Porcentaje		84,93%		13,66%		1,41%		100,00%	

Uno de los cambios entre ambas épocas es que antes los programas educativos se ubicaban únicamente en el género de magazín, pero a partir de 2007 existen programas informativos y de opinión, así como documentales que tienen un fin educativo. En total, los espacios que tienen por objeto promover valores y cultura se incrementaron 2,99%.

Otra variación se percibe en la aparición de programas de entretenimiento, que sólo se ubican en los géneros de magazín.

La función y los subgéneros informativos y de opinión

Los subgéneros informativos y de opinión en los que predominó la información durante 2004 fueron las entrevistas, que dedicaron 5,87% a esta función; los noticieros, cuya extensión fue tan amplia que abarcó 49,17% de las emisiones; el reportaje, al cual se dedicó un espacio de apenas 1,35%; los avances informativos, que obtuvieron una dedicación de 2,73%; y los resúmenes informativos, que ocuparon 4,34% del espacio destinado a las unidades programáticas.

Adicionalmente, hubo 5 tipos de subgéneros informativos y de opinión que dedicaron sus emisiones a transmitir predominantemente opinión. Entre ellos pueden mencionarse a las entrevistas, que abarcaron 3,31%; los foros, que obtuvieron la extensión más prolongada con una cobertura de 15,21% de las emisiones televisivas; el análisis, cuya dedicación fue 1,25%; las informaciones de la prensa, que alcanzaron a ocupar 1,39%; y la revista informativa, que consiguió abarcar 8,77%. Los programas educativos permanecieron ausentes en los subgéneros informativos y de opinión (Ver Tabla 67).

Cuando se analiza la etapa correspondiente a 2007, se percibe cómo se amplió la cantidad de subgéneros en los que predominó la función informar. Las entrevistas informativas ocuparon 8,84% de las emisiones; los noticieros obtuvieron una dedicación en tiempo de 37,28%, y las revistas informativas en las que predominó la información abarcaron 5,85%. Las informaciones de la prensa destinaron su extensión total (4,56%) a informar, al igual que los avances informativos (0,16%) y los resúmenes informativos (4,62%).

Por otra parte, la función opinar se extendió en 4,77% del espacio destinado a las entrevistas, así como en 4,84% del tiempo empleado en revistas informativas. Los foros (10,06%) y el análisis (1,25%) dedicaron todo su espacio a difundir predominantemente opiniones. Además de esto, las entrevistas dedicaron 2,70% de su extensión a la transmisión de contenidos educativos.

Al momento de hacer un balance entre ambas épocas, uno de los aspectos que más destaca es aquel relacionado con las informaciones de la prensa, que en el último período de estudio comenzaron a ser predominantemente informativas, cuando en 2004 se ubicaban en la función opinar. Algo similar ocurrió con las revistas informativas, considerando que a partir de 2007 se diversificaron y algunas empezaron a tener espacios donde se difundía principalmente opinión y otras a tener segmentos destinados predominantemente a la información, mientras que en 2004 los espacios ocupados por este subgénero se destinaban casi exclusivamente a opinar. También resalta la aparición de un breve espacio destinado a la educación, dentro del subgénero entrevista.

Tabla 67. *Función y Subgéneros Informativos y de Opinión 03-2004*

			SUBGÉNEROS INFORMATIVOS Y DE OPINIÓN																				Total	
			Entrevista		Foro		Noticiero		Reportaje		Análisis		Informaciones de la prensa		Revista Informativa		Avance Informativo		Resumen informativo		No pertenecen al Subgénero Informativo y de Opinión			
			Frec	Duración	Frec	Duración	Frec	Duración	Frec	Duración	Frec	Duración	Frec	Duración	Frec	Duración	Frec	Duración	Frec	Duración	Frec	Duración	Frec	Duración
FUNCIÓN	Informar	Recuento	1	1:41:37			27	14:10:57	1	0:23:24							2	0:47:15	12	1:15:07	3	1:06:02	46	19:24:22
		Porcentaje		5,87%				49,17%		1,35%								2,73%		4,34%		3,82%		67,28%
	Educar	Recuento																			3	0:48:15	3	0:48:15
		Porcentaje																				2,79%		2,79%
Opinar	Recuento	3	0:57:18	2	4:23:09					1	0:21:37	1	0:24:00	1	2:31:47							8	8:37:51	
	Porcentaje		3,31%		15,21%						1,25%		1,39%		8,77%								29,93%	
Total		Recuento	4	2:38:55	2	4:23:09	27	14:10:57	1	0:23:24	1	0:21:37	1	0:24:00	1	2:31:47	2	0:47:15	12	1:15:07	6	1:54:17	57	28:50:28
		Porcentaje		9,18%		15,21%		49,17%		1,35%		1,25%		1,39%		8,77%		2,73%		4,34%		6,61%		100,00%

Tabla 68. *Función y Subgéneros Informativos y de Opinión 03-2007*

			SUBGÉNEROS INFORMATIVOS Y DE OPINIÓN																		Total	
			Entrevista		Foro		Noticiero		Análisis		Informaciones de la prensa		Revista Informativa		Avance Informativo		Resumen informativo		No pertenecen al Subgénero Informativo y de Opinión			
			Frec	Duración	Frec	Duración	Frec	Duración	Frec	Duración	Frec	Duración	Frec	Duración	Frec	Duración	Frec	Duración	Frec	Duración	Frec	Duración
FUNCIÓN	Informar	Recuento	4	2:31:56			21	10:40:40			3	1:18:22	1	1:40:33	1	0:02:44	9	1:19:19	3	1:00:45	42	18:34:19
		Porcentaje		8,84%				37,28%				4,56%		5,85%		0,16%		4,62%		3,53%		64,84%
	Educar	Recuento	1	0:46:21															4	0:53:01	5	1:39:22
		Porcentaje		2,70%																3,08%		5,78%
	Entretener	Recuento																	6	2:25:19	6	2:25:19
		Porcentaje																		8,46%		8,46%
	Opinar	Recuento	4	1:21:57	2	2:52:49			1	0:21:32			1	1:23:09							8	5:59:27
		Porcentaje		4,77%		10,06%				1,25%				4,84%								20,92%
Total		Recuento	9	4:40:14	2	2:52:49	21	10:40:40	1	0:21:32	3	1:18:22	2	3:03:42	1	0:02:44	9	1:19:19	13	4:19:05	61	28:38:27
		Porcentaje		16,31%		10,06%		37,28%		1,25%		4,56%		10,69%		0,16%		4,62%		15,07%		100,00%

La función y los subgéneros de magazín

En 2004, los tres programas que pertenecieron al subgénero magazín cultural fueron informativos y ocuparon 3,82% de las emisiones. En cambio, las tres piezas televisivas que correspondieron al subgénero consejos se ubicaron en la función educar y obtuvieron una dedicación en tiempo de 2,79% (Ver Tabla 69).

Tabla 69. *Función y subgéneros de magazín 03-2004*

			SUBGÉNEROS DE MAGAZÍN						Total													
			Consejos		Magazín Cultural		No pertenecen al subgénero de Magazín															
			Frec	Duración	Frec	Duración	Frec	Duración	Frec	Duración												
FUNCIÓN	Informar	Recuento	3	0:48:15 2,79%	3	1:06:02 3,82%	43	18:18:20 63,46%	46	19:24:22 67,28%												
		Porcentaje																				
	Educar	Recuento									3	0:48:15 2,79%	3	1:06:02 3,82%	43	18:18:20 63,46%	46	19:24:22 67,28%				
		Porcentaje																				
	Opinar	Recuento																	8	8:37:51 29,93%	8	8:37:51 29,93%
		Porcentaje																				
Total	Recuento	3	0:48:15 2,79%	3	1:06:02 3,82%	51	26:56:11 93,39%	57	28:50:28 100,00%													
	Porcentaje																					

El cambio fue notorio en 2007. En el caso particular del magazín cultural, las piezas informativas ocuparon 2,24%, las educativas alcanzaron 1,41% y las de entretenimiento tuvieron una dedicación de 7,12%. Esta situación representó un cambio con respecto a 2004, considerando que para esa época este tipo de subgéneros eran principalmente informativos.

Los consejos continuaron siendo predominantemente educativos, aunque apenas representaron 0,26% de las emisiones. Por otra parte, el magazín deportivo, que abarcó 1,34% del tiempo de programas, se destinó principalmente al entretenimiento, mientras el magazín tecnológico con una extensión de 1,29% tuvo como función predominante informar (Ver Tabla 70).

Tabla 70. *Función y Subgéneros de Magazin 03-2007*

		SUBGÉNEROS DE MAGAZÍN										Total	
		Consejos		Magazín Cultural		Magazín deportivo		Magazín tecnológico		No pertenecen al Subgénero de Magazin			
				Frec	Duración	Frec	Duración	Frec	Duración	Frec	Duración		
FUNCIÓN	Informar	Recuento	2	0:04:29	2	0:38:34	1	0:22:11	39	17:33:34	42	18:34:19	
	Porcentaje				2,24%								1,29%
	Educar	Recuento	1	0:24:21	1	0:23:02	2	1:10:32	5	1:39:22			
	Porcentaje		1,41%								4,11%		5,78%
	Entretener	Recuento	5	2:02:17	8	5:59:27	8	5:59:27					
	Porcentaje		7,12%						20,92%		20,92%		
	Opinar	Recuento											
	Porcentaje												
Total	Recuento	2	0:04:29	8	3:05:12	1	0:23:02	1	0:22:11	49	24:43:33	61	28:38:27
	Porcentaje		0,26%		10,77%		1,34%		1,29%		86,34%		100,00%

La función y los subgéneros de documental

Durante 2007, Globovisión transmitió un solo documental, cuya extensión fue de 1,41%. Como se puede observar en la Tabla 71, el programa se dedicó a transmitir contenidos principalmente educativos a los televidentes.

Tabla 71. *Función y Subgéneros de Documental 03-2007*

			SUBGÉNERO DE DOCUMENTAL					
			Documental		No pertenecen al subgénero de documental			
			Frec	Duración	Frec	Duración	Frec	Duración
FUNCIÓN	Informar	Recuento	1	0:24:11 1,41%	42	18:34:19	42	18:34:19
		Porcentaje				64,84%		64,84%
	Educar	Recuento			4	1:15:11	5	1:39:22
		Porcentaje				4,37%		5,78%
	Entretener	Recuento			6	2:25:19	6	2:25:19
		Porcentaje				8,46%		8,46%
	Opinar	Recuento			8	5:59:27	8	5:59:27
		Porcentaje				20,92%		20,92%
Total	Recuento	1	0:24:11	60	28:14:16	61	28:38:27	
	Porcentaje		1,41%		98,59%		100,00%	

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Con el objeto de comprender cómo se modificó la oferta programática de un canal temático especializado como Globovisión, luego de la entrada en vigencia de la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión, es necesario revisar algunos de los aspectos mencionados en el Capítulo V, en el que se analizaron y discutieron los resultados del presente trabajo.

De acuerdo a los datos arrojados por la investigación en período correspondiente a 2004, la oferta programática de Globovisión estaba conformada por una gran variedad de componentes. Además de los tradicionales programas, segmentos publicitarios, propagandísticos y auto referenciales, destacaba la presencia del Himno Nacional y las Alocuciones Oficiales, cuya difusión había sido regulada por normas legales y reglamentarias previas a la aplicación de la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión. Sin embargo, a partir de 2007 se observa la inclusión de un nuevo componente en la programación del canal de noticias: los mensajes culturales, educativos, informativos o preventivos de servicio público, que surgen producto de la implementación del artículo 10 de la LRSRT.

A pesar de que los distintos componentes de la programación ocuparon un porcentaje de tiempo similar en los dos períodos de análisis, se dieron algunos cambios dignos de mención. Durante 2007, el Himno Nacional casi triplicó la duración alcanzada en 2004. Esta situación tuvo su origen en las disposiciones contenidas en el artículo 4 de la LRSRT, a causa de las cuales se empezó a transmitir en su totalidad la música y letra del Himno Nacional, en lugar de algunas estrofas. Por otra parte, los segmentos auto referenciales sufrieron una disminución de 1,8%, mientras que los segmentos publicitarios alcanzaron un leve incremento de 0,68% con respecto a 2004.

Durante el análisis detenido del componente programas se pudieron observar algunos otros cambios ocasionados por la normativa. Por ejemplo, aunque programas

como Noticias Globovisión, Aló Ciudadano, Primera Página y Entre Noticias lograron mantenerse presentes luego de la aplicación de la norma legal, hubo otras producciones que surgieron en respuesta. Así fue como aparecieron *las Emisiones Juveniles Noticias Globovisión y Deportes Globovisión*, que según comentó el vicepresidente ejecutivo del canal de noticias, Carlos Zuloaga, fueron creadas por el canal para cumplir con las disposiciones que obligaban a los medios radioeléctricos a difundir programación destinada a los menores de edad.

Hay que destacar que, en el período correspondiente a 2004, los programas difundidos por Globovisión se destinaron en su totalidad a los adultos, debido a la segmentación temática del canal, cuyo objetivo era la transmisión de contenidos noticiosos sobre el acontecer nacional e internacional, que poco o nada tenían que ver con los gustos y preferencias de los niños, niñas y adolescentes. Sin embargo, el panorama se modificó en 2007, época en que Globovisión empleó aproximadamente 10% del tiempo destinado a las unidades programáticas en espacios dirigidos predominantemente a los adolescentes y, en menor medida, a niños, niñas y adolescentes en conjunto.

Para acatar las regulaciones establecidas en el artículo 14 de la LRSRT, el canal se ha visto en la obligación de transmitir programas que tienen como objetivo primordial capturar la atención del público menor de edad, a pesar de que su segmentación temática apunta a un público exclusivamente adulto. Sin embargo, en esta investigación se ha observado cómo el canal ha diseñado estrategias para cumplir con la legislación y al mismo tiempo preservar su imagen de medio especializado, a pesar de estar obligado a incluir programación para niños, niñas y adolescentes. Por esa razón se crean las ya mencionadas Emisiones Juveniles y se promueven los subgéneros de magazín, que por su versatilidad generan menores contrastes que los que podría ocasionar la inclusión de otra clase de formatos en la programación del canal.

Otro de los cambios observados en cuanto a los programas fue la disminución de la producción nacional, que a pesar de seguir ocupando el primer lugar, perdió espacios a raíz de la incorporación de las producciones nacionales independientes, promovidas y estimuladas por los artículos 13 y 14 de la LRSRT. De ocupar cerca de 86% del tiempo reservado para el componente programas en 2004, las producciones nacionales se ubicaron tres años después en 60,20%. Una situación similar se presentó con las producciones extranjeras que tuvieron que ceder espacios a la producción nacional independiente.

Una de las modificaciones más relevantes estuvo asociada a la categoría función, en la que se percibió una reducción de casi nueve puntos porcentuales en los segmentos cuya intención primordial era opinar. No obstante, se registró un incremento de 2,99% en la duración de los programas cuya intención era educar. La función informar continuó en la primera posición, aunque se redujo 2,44% en el último año de estudio. Llama la atención el cambio que dio la función entretenimiento entre ambos períodos, considerando que en 2004 no existía y repentinamente abarcó 8,46% en 2007.

Por otra parte, hay que destacar que durante el primer año de estudio, 93,39% de la programación transmitida por el canal de noticias Globovisión se empleaba en la transmisión de programas pertenecientes al género informativo y de opinión, mientras que sólo 6,61% correspondía al género magazín. En 2007, el cambio se manifestó a través de la disminución del género informativo y de opinión, que ocupó 84,93%; el incremento del género de magazín, al cual se dedicó 13,66% del tiempo de programas; y la aparición del género documental, que abarcó 1,41% de las emisiones.

En los dos períodos de análisis, el subgénero informativo y de opinión que predominó fue el noticiero, cuestión lógica si se piensa que la columna vertebral de la programación transmitida por Globovisión es la noticia. Sin embargo, se observó una disminución de 11,89% en este subgénero con respecto a 2004, año en que este medio de comunicación destinó 49,17% del tiempo de programas a los noticieros.

El espacio que quedó libre en 2007 permitió incorporar piezas televisivas pertenecientes a subgéneros distintos del informativo y de opinión. De esta manera, aparecieron subgéneros como el magazín deportivo y el magazín tecnológico, además de registrarse un crecimiento de casi siete puntos porcentuales en el subgénero magazín cultural. Por otra parte, el porcentaje de tiempo destinado al subgénero de documental fue muy bajo, a pesar de que formó parte de la programación.

En 2007, la programación dirigida predominantemente a adolescentes se transmitió durante la banda tarde, cuestión que coincide con las disposiciones del artículo 14 de la LRSRT, que obliga a los medios radioeléctricos a difundir programas para niños, niñas y adolescentes en horario Todo Usuario. Durante la noche, una pequeña porción de los programas fue destinada principalmente a los adolescentes, hecho que se vincula a las restricciones de lenguaje, salud, sexo y violencia que existen durante el horario Supervisado, previstas en los artículos 6 y 7 de la LRSRT.

Al analizar los datos relacionados con las bandas y función de los programas, se observó que en el año 2004 el horario nocturno era ocupado solamente por piezas que tenían como objetivo primordial opinar o informar. Sin embargo, durante el período correspondiente a 2007, la banda noche también dedicó espacios a las piezas cuya intención principal era educar o entretener.

El cambio que más resaltó durante las bandas mañana y tarde, en el período correspondiente a 2007, fue la reducción de los programas que tenían como intención predominante opinar. La opinión cedió espacios a la información durante la mañana, mientras que durante la tarde se redujo para dar cabida a los segmentos educativos y de entretenimiento. Esto ratifica lo expresado por la consultora jurídica de Globovisión, Ana Cristina Núñez, quien afirmó que una de las consecuencias de LRSRT había sido la reducción de los programas de opinión.

Con respecto a 2004, se puede afirmar que hubo una reducción de 5,48% en las emisiones televisivas pertenecientes al género informativo y de opinión que se difundieron durante la banda tarde, mientras que los programas correspondientes al

género magazín se incrementaron 5,56% en este horario. También se empezaron a observar magazines y documentales en la noche, cuando tres años antes se transmitían sólo en la mañana y la tarde.

En 2004, las producciones nacionales, extranjeras y las coproducciones se destinaron en su totalidad a los adultos, pero tres años después los programas de creación criolla buscaron espacios tanto para los adolescentes, como para los niños, niñas y adolescentes en conjunto. Adicionalmente, las producciones nacionales independientes se destinaron exclusivamente a los adultos y adolescentes.

También llama la atención que los programas dirigidos a los menores de edad en 2007 tengan por objetivo primordial informar, entretener o educar, pero nunca opinar. Por otra parte, en este período de estudio aparecen los segmentos de entretenimiento dirigidos a los adultos. A pesar de esto, el entretenimiento ocupa una proporción baja de tiempo, si se le compara con los altos volúmenes de información y opinión que aún prevalecen en la programación del canal.

Al observar cómo se comportó el público y los géneros, se pudo apreciar que la mayoría de los programas pertenecientes al género de magazín iban dirigidos a adolescentes y una pequeña proporción a los niños, niñas y adolescentes en conjunto. Lo contrario sucedió con los programas dirigidos a los adultos, que en su mayoría pertenecieron al género informativo y de opinión durante 2007. Sólo 1,65% de los subgéneros de este formato se destinaron a los adolescentes prioritariamente, mientras que el restante 83,28% del espacio empleado en los subgéneros informativos y de opinión se dedicó a los adultos.

La incorporación de producciones nacionales independientes produjo otra modificación significativa en relación con 2004. En este año, los programas dedicados a opinar eran exclusivamente de producción nacional, pero luego de la implementación de la LRSRT se incrementaron las producciones independientes cuya función primordial era opinar. Así, la producción nacional de opinión se redujo de 29,93% a 3,81% y la producción independiente se ubicó en 15,99% en 2007.

Además, entre los dos períodos de estudio, se redujeron los programas informativos de creación criolla en 5,29%; crecieron 4,03% los segmentos educativos de producción nacional; y aparecieron por primera vez los programas de entretenimiento de producción nacional y nacional independiente.

Los programas de producción nacional pertenecientes al género informativo y de opinión se redujeron considerablemente en 2007, luego de la entrada en vigencia de la LRSRT. De abarcar 84,45% en 2004, empezaron a representar apenas 55,84% en 2007. Todo esto como consecuencia de las obligaciones establecidas en la normativa que obligan a incorporar producciones nacionales independientes, que lograron ocupar en el último año de estudio 24,42% de los espacios pertenecientes al género informativo y de opinión y 10,71% de los espacios correspondientes al género magazín. La producción extranjera dejó de pertenecer al género magazín, ya que en 2007 sólo ocupó espacios en el género informativo y de opinión.

Los nuevos subgéneros de magazín que aparecen en 2007 se suman a las producciones nacionales independientes, mientras el magazín cultural destina 2,96% de sus espacios a la producción nacional y 7,81% a la producción nacional independiente, a pesar de que en 2004 los subgéneros de magazín eran en su mayoría de producción extranjera.

A partir de 2007 se empiezan a observar programas pertenecientes al género informativo y de opinión y al género documental destinados principalmente a educar, cuando en el período 2004 los programas educativos estaban reservados para el género de magazín.

Con respecto a los resultados arrojados por esta investigación, puede decirse que el haber dispuesto de dos días de muestra por año constituyó una limitación al momento de identificar, con mayor certeza, los cambios introducidos por la normativa en la programación del canal de noticias. Pero además, hubo aspectos en los que por limitaciones de tiempo no pudo profundizar este trabajo. Así, aunque se hizo referencia a todos los componentes que conformaron la estructura general de la programación, el énfasis estuvo en el componente programas.

Para próximas investigaciones, se recomienda aplicar un análisis de contenido a los mensajes de servicio público, promovidos por el artículo 10 de la LRSRT, a fin de verificar si efectivamente poseen un carácter propagandístico, ya que este aspecto ha sido abiertamente criticado por ciertos sectores de la sociedad.

Por otra parte, sería interesante realizar una investigación similar a la planteada en este estudio, pero centrada en alguno de los canales supeditados a las directrices del Estado. Por medio de ese trabajo se podría comprobar el cumplimiento de las normas establecidas en la legislación, pero además, en caso de tratarse de un canal generalista, se podrían verificar los cambios que estos medios han tenido que implementar para cumplir con las regulaciones de la LRSRT.

Considerando que los programas también pueden ser estudiados como una estructura independiente, se sugiere además el análisis de una determinada pieza televisiva, con el propósito de identificar si ésta se ajusta o no al instrumento legal. Un buen objeto de estudio sería el programa *La Hojilla*, transmitido por Venezolana de Televisión, el cual ha sido ampliamente criticado por la utilización de expresiones poco ajustadas a la moral y buenas costumbres, para hacer comentarios sobre actores o hechos relacionados con la política.

Otro caso interesante es el de *Aló Ciudadano*, transmitido a través de la señal de Globovisión. Este programa permite la participación de personas a través de llamadas telefónicas, además de entrevistar a especialistas sobre temas relevantes del acontecer nacional. En futuras ocasiones, sería recomendable analizar en qué aspectos se ha modificado este programa para evitar infringir las disposiciones del marco legal que regula los contenidos difundidos por radio y televisión.

BIBLIOGRAFÍA

FUENTES DOCUMENTALES

- Aguiar, A. (2006) Hacia el dominio estatal de la personalidad humana (Análisis crítico de la Ley de Responsabilidad Social en radio y televisión o Ley de Contenidos de Venezuela). En *Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión (Ley Resorte)* (p.9-50). Colección Textos Legislativos Número 35. Caracas: Editorial Jurídica Venezolana; Fundación de Estudios de Derecho Administrativo.
- Alvaray, N.; Arenas, Z.; Tkachenko, A. (1992) *La oferta de la televisión venezolana. Estudio de un día de programación en 13 televisoras*. Caracas: Colección Canícula.
- Asamblea Nacional Constituyente (marzo 2000) *Constitución de la República Bolivariana de Venezuela*. Caracas: Gaceta Oficial Extraordinaria N° 5.453.
- Asamblea Nacional de la República Bolivariana de Venezuela (2004) *Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión (LRSRT)*. Caracas: Gaceta Oficial 38.081.
- Asamblea Nacional de la República Bolivariana de Venezuela (2007) *Ley Orgánica para la Protección de Niños, Niñas y Adolescentes*. Caracas: Gaceta Oficial Extraordinaria N° 5.859.
- Brewer-Carías, A. (2006) La técnica de los conceptos jurídicos indeterminados como mecanismo de control judicial de la actividad administrativa. En *Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión (Ley Resorte)* (p.217-239). Colección Textos Legislativos Número 35. Caracas: Editorial Jurídica Venezolana; Fundación de Estudios de Derecho Administrativo.
- Carmona, J. (2006) Contribución parafiscal en la ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión. En *Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión*

- (*Ley Resorte*) (p.241-250). Colección Textos Legislativos Número 35. Caracas: Editorial Jurídica Venezolana; Fundación de Estudios de Derecho Administrativo.
- Cebrián, M. (1998) *Información televisiva: mediaciones, contenidos, expresión y programación*. Madrid: Editorial Síntesis.
 - Comisión Legislativa Nacional (junio 2000) *Ley Orgánica de Telecomunicaciones*. Caracas: Gaceta Oficial N° 36.970
 - Correa, C.; Cañizález, A. (2005) *Venezuela: Situación del Derecho a la Libertad de Expresión e Información. Informe 2004*. Caracas: Espacio Público y Fundación Konrad Adenauer.
 - Correa, C.; Cañizález, A. (2006) *Venezuela: Situación del Derecho a la Libertad de Expresión e Información. Informe 2005*. Caracas: Espacio Público y Fundación Konrad Adenauer.
 - Correa, C. (2007) *Venezuela: Situación del Derecho a la Libertad de Expresión e Información. Informe 2006*. Caracas: Espacio Público y Fundación Konrad Adenauer.
 - Colina, C. (2005) La televisión como experimento jurídico en la ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión. En Bisbal, M. (Ed.), *Televisión pan nuestro de cada día*. Caracas: Alfadil Ediciones.
 - Escudero, M.; Núñez, A. (2005) Comentarios críticos a la ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión. En Correa, C.; Cañizález, A. *Venezuela: Situación del Derecho a la Libertad de Expresión e Información. Informe 2004*. Caracas: Espacio Público y Fundación Konrad Adenauer.
 - Globovisión. *Historia*. Caracas: Departamento de Relaciones Institucionales, Globovisión.
 - Güerere, A. (2003) Síntesis del Proyecto de Ley de Contenidos. En *Agresiones a Periodistas en Venezuela. Medidas Cautelares a favor de los medios de comunicación y síntesis del proyecto de Ley de Contenidos*. Caracas: Centro de Investigación de la Comunicación, Universidad Católica Andrés Bello.

- Hernández, R.; Fernández, C.; Baptista, P. (1998) *Metodología de la investigación* (Segunda edición). México: McGraw-Hill
- Kerlinger, F. (1988) *Investigación del Comportamiento* (Segunda Edición). México: McGraw-Hill
- Lusverti, C. (2005) Observaciones sobre la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión. En Correa, C.; Cañizález, A. *Venezuela: Situación del Derecho a la Libertad de Expresión e Información. Informe 2004*. Caracas: Espacio Público y Fundación Konrad Adenauer.
- Núñez, A.; Escudero, M; Espina, M.; Herrera, N. (2006) *Recurso interpuesto por Globovisión ante el Tribunal Supremo de Justicia, para solicitar la nulidad de la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión*.
- Organización de los Estados Americanos (2000) *Declaración de Principios sobre Libertad de Expresión*.
- Pasquali, A. (1991) *La Comunicación Cercenada: el caso Venezuela* (2º edición). Caracas: Monte Ávila.
- *Reglamento de Radiocomunicaciones. Decretos y resoluciones adicionales* (1984) Caracas: Editorial La Torre.
- *Reglamento Parcial sobre Transmisiones de Televisión* (20 noviembre 1992) Caracas: Gaceta Oficial N° 35.096
- Universidad Católica Andrés Bello, Escuela de Comunicación Social (2002 - 2003) *Manual del Tesista de Comunicación Social*.

FUENTES ELECTRÓNICAS

- Billorou, O (1995). Introducción a la publicidad. Editorial “El Ateneo”, Buenos Aires. En D’Almeida, D. (2004) *Publicidad Testimonial: hacia una nueva clasificación*. Recuperado en diciembre 29, 2007, de http://www.ub.edu.ar/investigaciones/tesinas/109_dalmedia.pdf

- Cañizález, A. (septiembre 2003) Ley Mordaza en Venezuela. *Revista Latinoamericana de Comunicación Chasqui*, 083, 60-67. Recuperado en junio 21, 2007, de <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/pdf/160/16008309.pdf>
- Cañizález, A. (marzo 2005) Venezuela: Una ley Punitiva. *Revista Latinoamericana de Comunicación CHASQUI*, 089, 5-10. Recuperado en octubre 10, 2007, de <http://oai.redalyc.uaemex.mx/redalyc/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=16008902&iCveNum=1576>
- Fundación Príncipe de Asturias (s.f.) *Cable News Network (CNN)*. Recuperado en noviembre 08, 2007, de <http://www.fundacionprincipedeasturias.org/esp/04/premiados/trayectorias/trayectoria320.html>
- Globovisión (s.f.) *Cobertura*. Recuperado en diciembre 27, 2007, de <http://www.globovision.com/plantilla.est.php?eid=6>
- Globovisión (s.f.) *Misión y Visión*. Recuperado en Octubre 20, 2007, de <http://www.globovision.com/plantilla.est.php?eid=11>
- Hernández, D. (s.f.) La nueva ley venezolana de Responsabilidad Social en Radio y Televisión. *Cuadernos electrónicos – Derechos humanos y democracia*. Recuperado en noviembre 11, 2007, de <http://www.portalfio.org/inicio/content/view/88/86/>
- Producto (diciembre 2004). *El último Jinete*. Edición 253. Recuperado en enero 4, 2007, de <http://www.producto.com.ve/253/notas/entrevista.html>
- Ruano, S. (2007) La TV: ¿Un espacio estratégico para el desarrollo de una región? *Hologramática, Revista Académica de la Facultad de Ciencias Sociales UNLZ. Año IV, 7*, 25-37. Recuperado en diciembre 5, 2007, de http://www.cienciared.com.ar/ra/usr/3/270/n7_vol2pp25_37.pdf
- The Museum of Broadcast Communications. (s.f.) *Cable News Network. U.S. Cable Network*. Recuperado en noviembre 08, 2007, de <http://www.museum.tv/archives/etv/C/htmlC/cablenewsne/cablenewsne.htm>
- Tribunal Supremo de Justicia. (12 abril 2007) *Admisión del recurso de nulidad interpuesto por Globovisión, en contra de la Ley de Responsabilidad Social en*

Radio y Televisión. Recuperado en noviembre 13, 2007, de <http://www.tsj.gov.ve/decisiones/scon/Abril/623-120407-06-0401.htm>

TESIS Y TRABAJOS ACADÉMICOS

- Lemke, K. (2002) *Estudio descriptivo de un canal temático especializado: caso Globovisión*. Tesis de grado, Universidad Católica Andrés Bello, Caracas.

FUENTES VIVAS

- Núñez, A. (11 abril 2008) Comunicación personal.
- Ruiz, E. (11 abril 2008) Comunicación personal.
- Zuloaga, C. (11 abril 2008) Comunicación personal.

FUENTES HEMEROGRÁFICAS

- Bisbal, M. (2004) La Ley del silencio o la autocensura se hace norma. *Revista SIC*, 67 (670). Caracas: Centro Gumilla.
- *Comunicado de Globovisión a Jorge Rodríguez, vicepresidente ejecutivo de la República* (29 junio 2007) Publicado en *El Nacional*, 8 julio 2007, cuerpo Siete Días, p. 14.
- Herrera, B. (junio 2004) VTV: nueva dinámica de la TV del Estado, según análisis morfológico de su programación. *Anuario Ininco/ Instituto de Investigaciones de la Comunicación UCV*, 1 (16), 15- 47.
- Morales, E.; Parra, L.; Labarca, S. (2003) La Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión y la libertad de expresión. *Telos, Revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales*, 5(2), 154-166. Maracaibo: Universidad Rafael Bellosó Chacín.
- Portales, D. (marzo-abril 1987) La contribución democrática de la televisión. *Revista Comunicación*, 57, 74-92. Caracas: Centro Gumilla.
- *TSJ admitió recurso contra la Ley Resorte* (23 marzo 2006) *El Universal*. Cuerpo 1, pág. 8.

ANEXO A

Cronología de la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión

CRONOLOGÍA DE LA LRSRT

05.04.2002

La Comisión Nacional de Telecomunicaciones (Conatel) presentó ante la opinión pública el Proyecto de Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión. A partir de ese momento se abrió una consulta pública con organizaciones populares, académicas y no gubernamentales, que posteriormente presentaron más de 45 documentos con distintas propuestas (Hernández, s.f., p.2).

23.01.2003

Se introdujo el proyecto de ley como iniciativa legislativa ante la Asamblea Nacional, a pesar de que se trataba del mismo texto redactado y sometido a consulta por Conatel. Para ese momento, el proyecto contaba con unos 130 artículos, sin embargo, en discusiones posteriores se agregarían unas 20 disposiciones adicionales (Cañizález, 2003, p. 60).

06.02.2003

La Asamblea Nacional aprobó en primera discusión el proyecto de ley (Cañizález, 2003, p. 61).

26.09.2004

Se paralizó la segunda discusión del documento, con motivo de la realización del referéndum revocatorio que se celebraría en agosto de 2004 (Correa y Cañizález, 2005, p.134).

15. 10.2004

En el Palacio Legislativo se reanudó la segunda discusión de la normativa, que tenía por objeto regular los contenidos difundidos a través de los medios radioelétricos (Correa y Cañizález, 2005, p.147).

12.01.2005

El Ejecutivo Nacional nombró a los representantes del Directorio de Responsabilidad Social, cuyos miembros tenían como función imponer las sanciones previstas en el texto jurídico, luego de su entrada en vigencia. “Los designados por el gobierno fueron: Xiomara en Lucena, Iván Padilla, Samuel Ruth, Anahí Arismendi, Aylema Rondón, María Alejandra Díaz y Alvin Lezama” (Correa y Cañizález, 2006, p.87). Para este momento, aún faltaba nombrar a los miembros del comité de usuarios, de las Escuelas de Comunicación Social y de la Iglesia.

03.02.2005

Fueron designados los representantes de las escuelas de Comunicación Social del país, que formarían parte del Directorio y el Consejo de Responsabilidad Social. Las personas seleccionadas fueron:

Nilo Fernández, de la Universidad Rafael Belloso y Asalia Venegas como su suplente para el Directorio; y Acianela Montes de Oca, profesora de la Universidad Católica Andrés Bello y la Universidad Central de Venezuela, junto con Daniel Hernández como su suplente para el Consejo (Correa y Cañizález, 2006, p.102).

14.02.2005

Según información publicada en la Gaceta Oficial, se abrió el Registro de Productores Nacionales Independientes, con el fin de certificar la legalidad de aquellos que desearan ocupar los espacios reservados por la LRSRT para la producción nacional independiente (Correa y Cañizález, 2006, p.105-106).

18.02.2005

Los representantes de las Iglesias seleccionaron a sus representantes para el Directorio y Consejo de Responsabilidad Social. La Iglesia Católica y la Judía fueron las únicas instituciones que no escogieron a ningún representante, porque no

asistieron a la reunión. Las personas seleccionadas para formar parte del Directorio fueron Elías Rincón de la Iglesia Cristiana y su suplente, Marta Banks, de la Iglesia Pentecostal; mientras que a los miembros del Consejo se sumaron Rodolfo Escobar, de la Iglesia Adventista, y Andrés Fonts, quien fue elegido como suplente y concurrió en representación de la Cienciología (Correa y Cañizález, 2006, p.107).

27.02.2005

Se completó el equipo encargado de vigilar la actuación de los medios de comunicación. Ese día se designaron finalmente los representantes de los comités de usuarios ante el Consejo de Responsabilidad Social y ante la Comisión de Programación.

Las personas electas fueron: Pedro Prieto, de la cooperativa Siempre Apure y Samir Luzardo de la Organización Andes Venezolanos (Mérida), como miembros principales del Directorio; Adonai Ramos, de la asociación civil Nereida Moreno (Portuguesa) y Yursix Montagne, de la organización Preescolar Bolivariano Manaure (Cojedes), como representantes principales del Consejo; Richard Aponte, de Promeserte (Yaracuy) y Francisco García de la Agrupación Antonio José de Sucre (Trujillo), como miembros principales de la Comisión de Programación (Correa y Cañizález, 2006, p.114).

08.03.2005

Los medios de comunicación empezaron a aplicar parte de las disposiciones contempladas en los artículos 6, 7, 11, 14 y 18 de la LRSRT.

28.03.2005

El Directorio de Responsabilidad Social publicó en Gaceta Oficial N° 38.183 las Normas sobre Difusión de Obras Musicales en Radio y Televisión; las Normas Técnicas sobre Publicidad, Propaganda y Promociones en Radio y Televisión; y las Normas Técnicas sobre las Condiciones de Prestación de Servicios Radio y Televisión.

08.06.2005

Entró en vigencia la segunda etapa de aplicación de la LRSRT, que contemplaba la aplicación de las disposiciones contenidas en los artículos 4, 9, 11 y 14 (Correa y Cañizález, 2006, p.173).

08.09.2005

Se comenzaron a aplicar las disposiciones del artículo 14 de la LRSRT, relativas a la transmisión obligatoria de programas de producción nacional independiente, a pesar de que no estaban listas las normas técnicas para la asignación de estos espacios.

12.12.2005

Se publicó la Reforma Parcial de la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión, en Gaceta Oficial 38.333.

ANEXO B

**Breve descripción de los artículos de la Ley de Responsabilidad Social en Radio
y Televisión *(no citados en el capítulo dedicado a la normativa)***

BREVE DESCRIPCIÓN DE ALGUNOS ARTÍCULOS DE LA LRSRT

A continuación se presenta un resumen de algunos artículos de la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión, que no fueron mencionados en Capítulo II de esta investigación, dedicado al instrumento jurídico.

Artículo 2. Interés, Orden Público y Principios de Aplicación e Interpretación

Dado que el espectro radioeléctrico, según establece la LRSRT, es un “bien de dominio público”, las normas legisladas son consideradas como de “orden público” (Aguilar, 2006, p.22). Por esa razón, en la relación jurídica entre los prestadores de servicios y los usuarios de radio y televisión, se establece que cuando una norma se preste a dos o más interpretaciones, se tomará en cuenta aquella que más favorezca a los usuarios y usuarias.

La interpretación y aplicación de la normativa está sujeta a los siguientes principios: “libre expresión de ideas, opiniones y pensamientos, comunicación libre y plural, prohibición de censura previa, responsabilidad ulterior, democratización, participación, solidaridad y responsabilidad social, soberanía, seguridad de la Nación y libre competencia” (LRSRT, 2004).

Artículo 8. Tiempos para la publicidad y propaganda

Se establece que puede destinarse un máximo de 15 minutos de publicidad por cada 60 minutos de programación. Pero al mismo tiempo se advierte que “la ‘publicidad por inserción’ puede tener lugar sólo en programas en vivo, recreacionales –deportivos o de espectáculos- y siempre que no se perturbe la visión ni se ocupe más de un sexto de la pantalla de TV” (Aguilar, 2006, p.25). Con respecto a los infomerciales, se indica que no pueden superar el diez por ciento del total de la programación diaria.

Artículo 9. Restricciones a la publicidad y propaganda

Se prohíbe la difusión de publicidad sobre tabaco; bebidas alcohólicas; sustancias estupefacientes y psicotrópicas; servicios profesionales que no cumplan con los requisitos legales; bienes, servicios o actividades de difusión prohibida; juegos de envite y azar que denigren del trabajo o en los que participen niños o adolescentes, salvo en el caso de causas benéficas; bienes destinados al uso de menores que promuevan la violencia; armas o explosivos, entre otros (LRSRT, 2004).

Además de esto, la ley impide la transmisión de publicidad anónima y aclara que los requisitos de las campañas publicitarias de intriga serán fijados por el Estado. Tampoco está permitida la publicidad por emplazamiento, aunque se establece como excepción la que se utiliza en los eventos deportivos (LRSRT, 2004).

Según comenta Asdrúbal Aguiar (2006, p.25), “destaca (...) la prohibición de utilizar melodías, frases, símbolos, imágenes, etc., que a juicio del Estado puedan evocar alguna de las publicidades no permitidas”.

Artículo 11. Acceso y bloqueo de señales

Todos los servicios de televisión por suscripción quedan obligados a transmitir de forma gratuita las señales abiertas y los servicios de televisión del Estado, mediante la disposición de un 15% de los canales ofrecidos por cada uno de los prestadores del servicio (LRSRT, 2004).

Además, se prohíbe cualquier interferencia por parte del prestador del servicio en la programación por suscripción. La ley exige a las empresas de televisión por cable el suministro de facilidades tecnológicas para el bloqueo de los canales contratados, especialmente los que contienen imágenes o sonidos explícitos considerados elementos sexuales tipo E (LRSRT, 2004).

Artículo 12. Organización y participación ciudadana

Los usuarios y usuarias tienen derecho a la previa difusión de información acerca de los programas e infomerciales que serán transmitidos por los servicios de radio y televisión, pero también a dirigir solicitudes o reclamos vinculados con la ley. Podrán acceder a los registros de los mensajes difundidos por los servicios de radio y televisión; participar en el proceso de formulación de políticas públicas de carácter educativo, que sirvan para evaluar de una manera crítica los mensajes difundidos; y, entre otras cuestiones, acceder a espacios gratuitos en los servicios de radio, televisión y difusión por suscripción (LRSRT, 2004).

Para ejercer esa función deberán organizarse legalmente y formalizar su inscripción en la Comisión Nacional de Telecomunicaciones (Aguiar, 2006, p.26).

Artículo 15. Comisión de Programación y Asignación de Producción Nacional Independiente

Según indica Asdrúbal Aguilar, en su libro *Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión (Ley Resorte)*:

La ley crea sendas comisiones de programación para la radio y la TV, que serán convocadas presididas por el representante estatal en materia de comunicación e información, y tendrán como responsabilidad “establecer los mecanismos y las condiciones de asignación de los espacios a los productores nacionales independientes”. También determina la normativa, *in genere*, las condiciones y causas de nulidad de los contratos que celebren los prestadores de los servicios de radio y TV con los llamados “productores nacionales independientes” (2006, p.27).

Artículo 16. Democratización en los servicios de radio y televisión comunitarios de servicio público, sin fines de lucro

Los medios comunitarios de servicio público, sin fines de lucro, deberán transmitir mensajes que contribuyan con el desarrollo de las comunidades a las cuales están dirigidos y a la solución de los problemas que éstas presenten. Asimismo, estos mensajes deben promover la conservación ambiental, la participación de los integrantes de la comunidad, al tiempo que deben transmitir valores de solidaridad, asistencia humanitaria y de responsabilidad social (LRSRT, 2004).

Los prestadores de radio y televisión comunitarios deberán destinar un mínimo de setenta por ciento [70%] de su programación a espacios de producción comunitaria (LRSRT, 2004). Como indica Asdrúbal Aguiar (2006, p. 27), “está prohibida la difusión de propaganda y de su tiempo publicitario deberán dar preferencia, en condiciones ventajosas, a microempresas y empresas comunitarias, entre otras”.

Artículo 17. Democratización en los servicios de difusión por suscripción

Las empresas que presten servicios de televisión por suscripción tienen que poner a disposición del Estado un canal que servirá para difundir programación de producción nacional independiente y de producción comunitaria, en la que tendrán especial cobertura los programas de tipo educativo y cultural (LRSRT, 2004).

Artículo 18. Garantía para la selección y recepción responsable de los programas

Los prestadores de servicios de radio y televisión quedan obligados a difundir en la colectividad guías de programación, en las que se especifique la clasificación de los distintos programas según elementos de lenguaje, salud, sexo y violencia y el horario en que serán transmitidos. Con este mismo fin, los servicios por suscripción dispondrán de un canal informativo que especifique el nombre, tipo, hora, fecha de transmisión de los programas.

Artículo 19. Competencias de la Comisión Nacional de Telecomunicaciones

Según esta disposición, la Comisión Nacional de Telecomunicaciones tiene, entre otras funciones, la facultad para ejecutar las políticas de regulación y promoción en materia de responsabilidad social; la capacidad para fomentar las producciones nacionales y los programas dirigidos a niños, niñas y adolescentes; el deber de crear una normativa derivada de la ley y de llevar un registro de las organizaciones de usuarios, así como la potestad para abrir procedimientos administrativos y aplicar las sanciones derivadas de la ley (LRSRT, 2004).

Artículo 20. Directorio de Responsabilidad Social

En el seno del organismo se discutirán y aprobarán las normas técnicas derivadas de la ley; se impondrán sanciones a los prestadores de servicios de radio y televisión; se podrá proponer la revocatoria de concesiones; y además se aprobará la repartición del Fondo de Responsabilidad Social (LRSRT, 2004).

El Directorio de Responsabilidad Social es presidido por el Director General de la Comisión Nacional de Telecomunicaciones, y contará con un representante por cada uno de los organismos siguientes:

El ministerio u organismo con competencia en comunicación e información, el ministerio u organismo con competencia en materia de cultura, el ministerio u organismo con competencia en educación y deporte, el ente u organismo con competencia en materia de protección al consumidor y al usuario, el Instituto Nacional de la Mujer, el Consejo Nacional de Derechos del Niño y del Adolescente, un representante por las iglesias, dos representantes de las organizaciones de los usuarios y usuarias inscritas ante la Comisión Nacional de Telecomunicaciones, y un docente en representación de las escuelas de comunicación social de las universidades nacionales (LRSRT, 2004).

Artículo 21. Consejo de Responsabilidad Social

Como indica Asdrúbal Aguiar, este organismo que está “integrado por distintos representantes del Estado y de la sociedad civil vinculada a las materias objeto de la ley, presta su concurso consultivo al Estado y de modo especial al Directorio de Responsabilidad Social, a los fines del mandato que les confía la ley” (2006, p.29).

Artículo 22. Incompatibilidades

Los miembros del Directorio de Responsabilidad Social tienen prohibido celebrar contratos o negociaciones con terceros en materias vinculadas al objeto de la ley. Asimismo, “no pueden ser miembros principales o suplentes del Directorio o del Consejo de Responsabilidad Social quienes tengan parentesco hasta el cuarto grado de consanguinidad o segundo de afinidad, uniones estables de hecho o hagan vida en común con otro miembro de estos órganos” (LRSRT, 2004).

Artículo 23. Información disponible

Los medios de radiodifusión están obligados a proporcionar a la Comisión Nacional de Telecomunicaciones todas las informaciones y documentos relativos a los acuerdos o contratos relacionados a la difusión de mensajes, así como las grabaciones continuas y sin edición de todos los mensajes difundidos (LRSRT, 2004).

Artículo 24. Del Fondo de Responsabilidad Social

La ley crea un Fondo de Responsabilidad Social en Radio y Televisión, dependiente de la Comisión Nacional de Telecomunicaciones, destinado a la financiación de proyectos que fomenten la producción nacional. Tienen preferencia las obras audiovisuales o sonoras de los nuevos productores nacionales independientes o de aquellos programas dirigidos a niños, niñas y adolescentes. Los

recursos para construir el fondo provienen, entre otros, de la contribución parafiscal, de los aportes o donaciones y de las multas (LRSRT, 2004).

Artículo 25. Contribución parafiscal

Los prestadores de servicios de radio y televisión deben pagar una contribución parafiscal por la utilización del espectro radioeléctrico. La cuota a cancelar “queda establecida en una alícuota del 2% de los ingresos brutos trimestrales del prestador de servicios de radio y TV, quien podrá verla disminuida según que éste aumente o no el porcentaje de transmisiones de producciones nacionales independientes establecido” (Aguilar, 2006, p. 29). Se aplicará un recargo del cero coma cinco por ciento (0,5%) cuando la retransmisión de mensajes sea superior al veinte por ciento (20%) del tiempo de difusión semanal (LRSRT, 2004).

Artículo 26. Temporalidad de la Obligación Tributaria y de la Relación Jurídico-Tributaria

Se establecen un conjunto de reglas sobre el nacimiento de las obligaciones tributarias y sobre las formas en que los contribuyentes deben cancelar y declarar el tributo (LRSRT, 2004).

Artículo 27. Tasas

La norma determina el pago que deberá efectuarse al Estado por los servicios de búsqueda, grabación, certificación y análisis de los registros audiovisuales o sonoros que se encuentran en el archivo de la Comisión Nacional de Telecomunicaciones (LRSRT, 2004).

Artículo 30. Prescripción

La norma indica que “la oportunidad de imponer las sanciones previstas en esta Ley prescribe a los cinco años, contados a partir del momento en que ocurre el hecho que da lugar a las sanciones” (LRSRT, 2004). Por otra parte, “la obligación de

pagar multas prescribe a los cuatro años, contados a partir de la notificación del acto sancionatorio” (LRSRT, 2004).

Artículo 31. Inicio de procedimiento y lapso para la defensa y notificaciones

La normativa establece que los procedimientos se iniciarán de oficio o por denuncia escrita, cuando algún medio haya cometido una infracción. Una vez dictado el acto de apertura del procedimiento, se entregará una notificación al infractor, quien a partir de esa fecha tendrá un plazo de diez días para presentar, de forma oral o por escrito, los alegatos en su defensa (LRSRT, 2004).

Artículo 32. Pruebas

Una vez vencido el lapso establecido en el artículo anterior, se abrirá un período de diez días hábiles en los que se podrán consignar pruebas y un período de diez días hábiles para evacuarlas. La Comisión Nacional de Telecomunicaciones podrá, entre otras cuestiones, citar a ciertos individuos para que rindan testimonio, requerir documentos o informaciones, ordenar experticias y efectuar las inspecciones que considere necesarias (LRSRT, 2004).

Artículo 33. Medida Cautelar

La Comisión Nacional de Telecomunicaciones tiene la facultad de ordenar a los prestadores de servicios de radio y televisión que se abstengan de difundir los mensajes que indica el artículo 29, numeral 1, por considerarlos “atentatorios (...) contra el mantenimiento del orden público o que afecten la seguridad de la Nación” (Aguar, 2006, p.31).

Artículo 34. Determinación y excepción de sanciones

Con respecto a las sanciones, “la ley prevé distintos elementos que pueden agravar o atenuar las mismas, entre éstos ‘que el mensaje infractor haya sido difundido a través de un servicio de radio o televisión con fines de lucro o sin fines de lucro’” (Aguar, 2006, p.32). Por otra parte, se tomará en cuenta el principio de

pertinencia al momento de evaluar la actuación del prestador en los mensajes transmitidos en vivo y directo.

Artículo 35. Decisión

El Directorio de Responsabilidad Social es el ente encargado de tomar decisiones sobre los actos administrativos, y por tanto, es quien debe poner fin a este tipo de procedimientos al término de los treinta días hábiles posteriores a la fase probatoria. Entre otras competencias, puede solicitar auxilio de la fuerza pública cuando se incumplan las sanciones impuestas (LRSRT, 2004).

ANEXO C

Gráficos

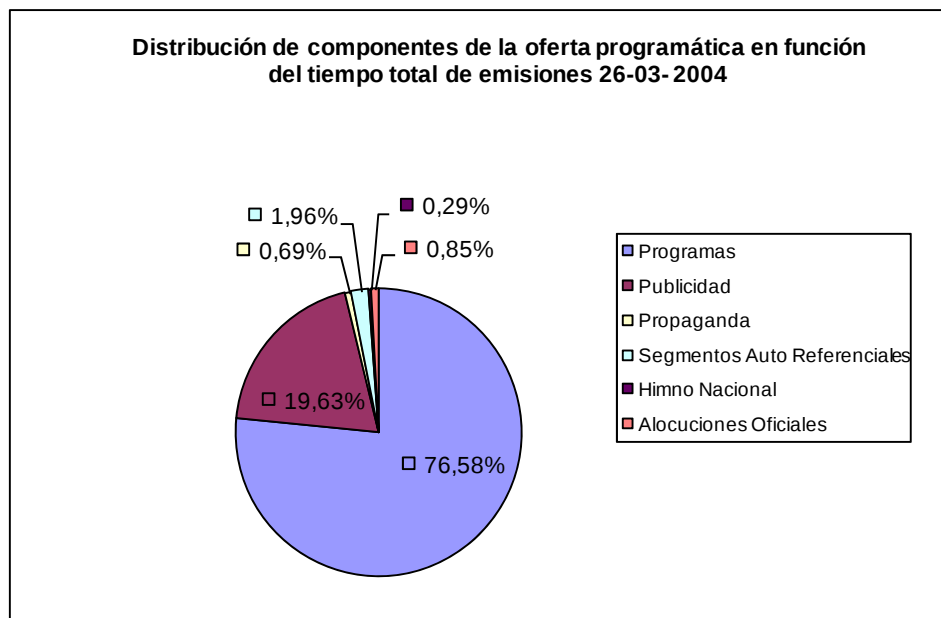


Gráfico C1. Distribución de componentes de la oferta programática en función del tiempo total de emisiones 26-03-2004

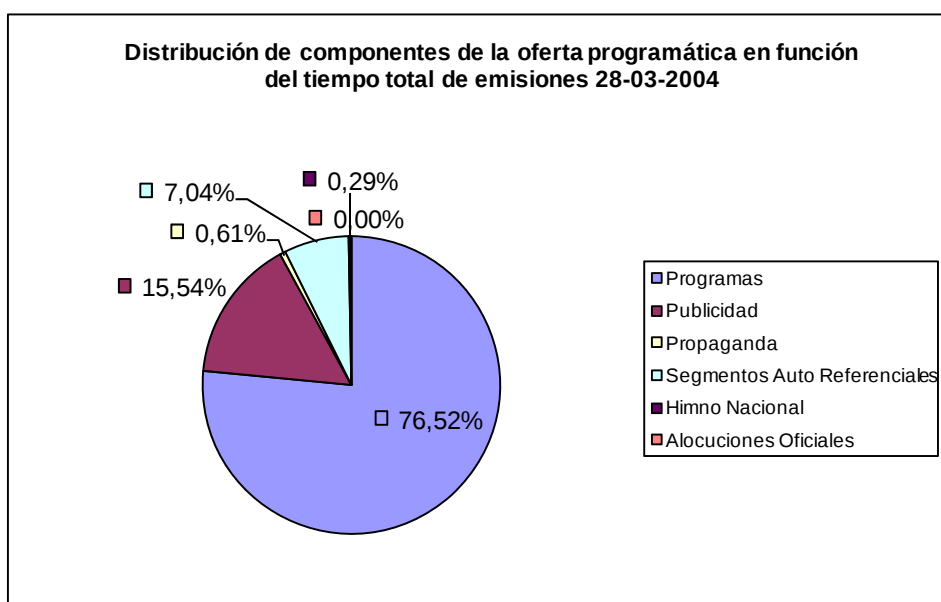


Gráfico C2. Distribución de componentes de la oferta programática en función del tiempo total de emisiones 28-03-2004

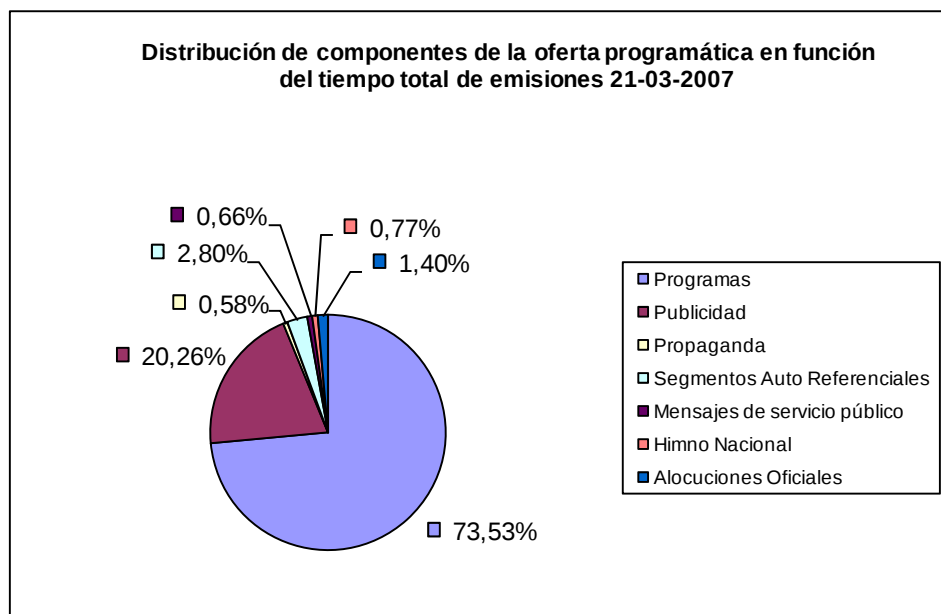


Gráfico C3. Distribución de componentes de la oferta programática en función del tiempo total de emisiones 21-03-2007

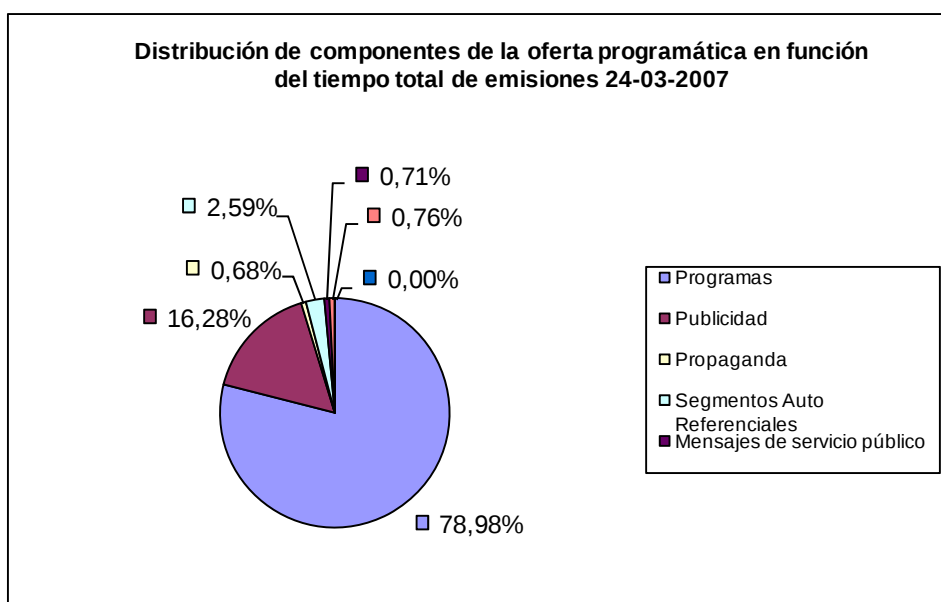


Gráfico C4. Distribución de componentes de la oferta programática en función del tiempo total de emisiones 24-03-2007

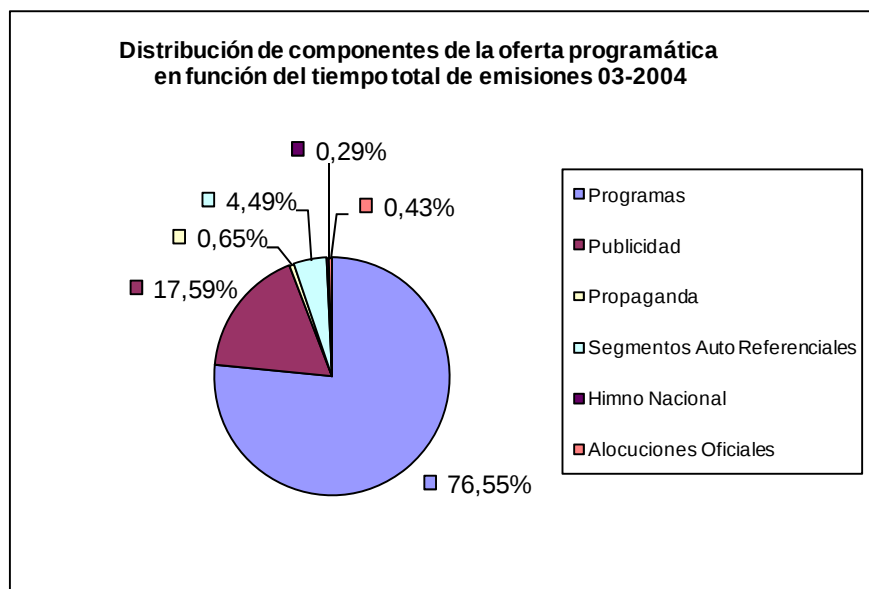


Gráfico C5. Distribución de componentes de la oferta programática en función del tiempo total de emisiones 03-2004

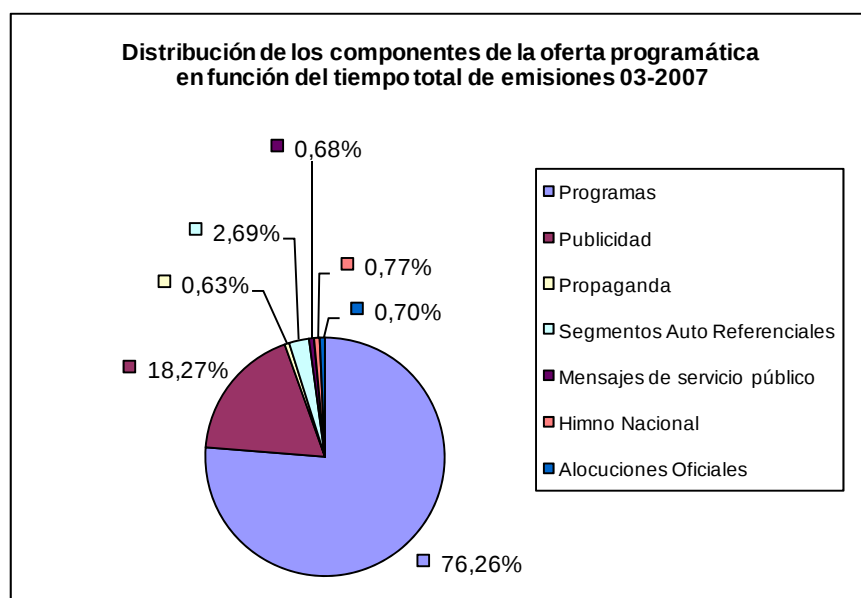


Gráfico C6. Distribución de componentes de la oferta programática en función del tiempo total de emisiones 03-2007

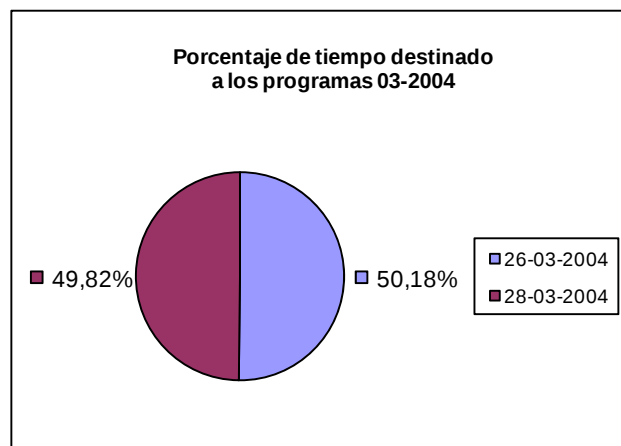


Gráfico C7. Porcentaje de tiempo destinado a los programas 03-2004

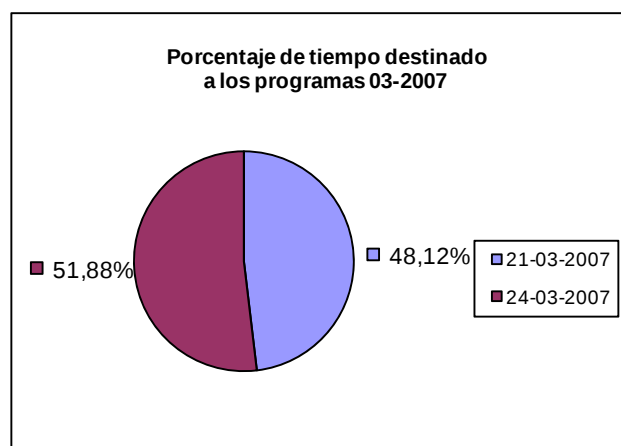


Gráfico C8. Porcentaje de tiempo destinado a los programas 03-2007

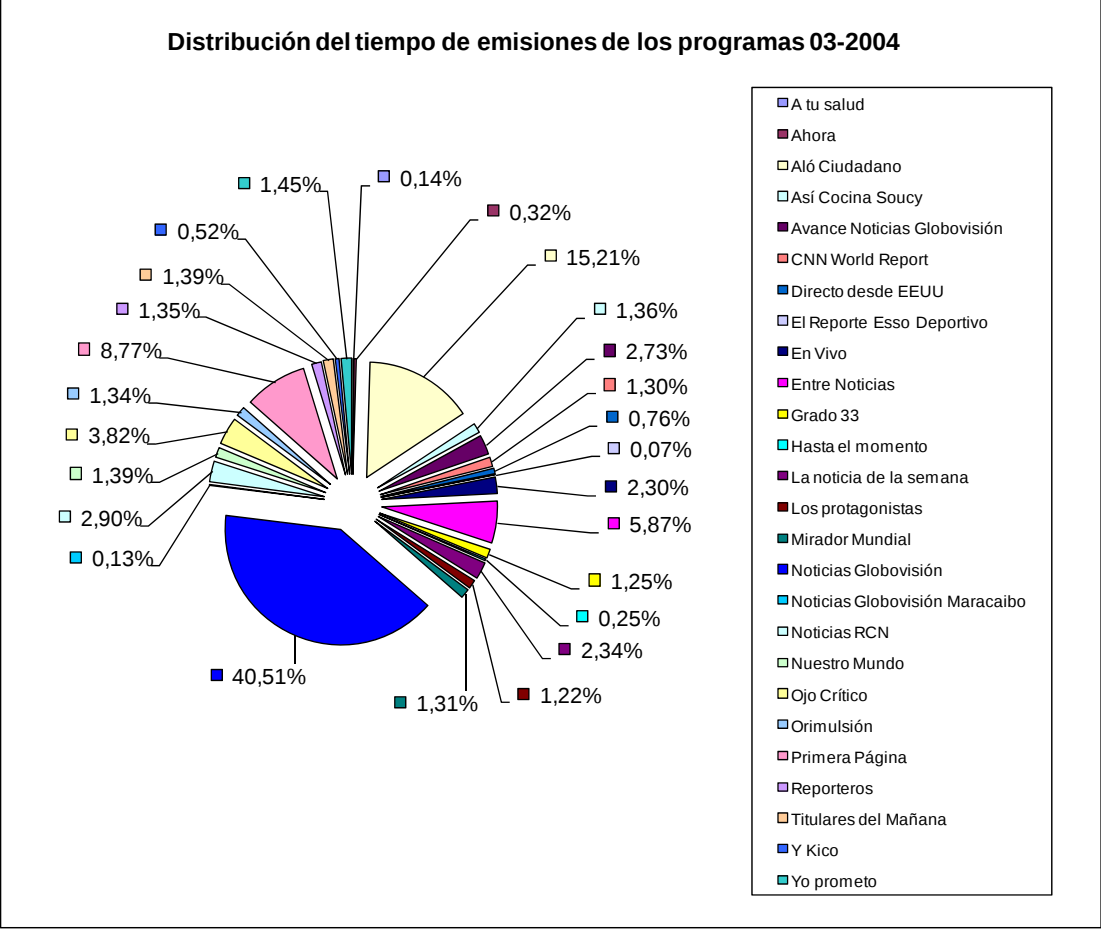


Gráfico C9. Distribución del tiempo de emisiones de los programas 03-2004

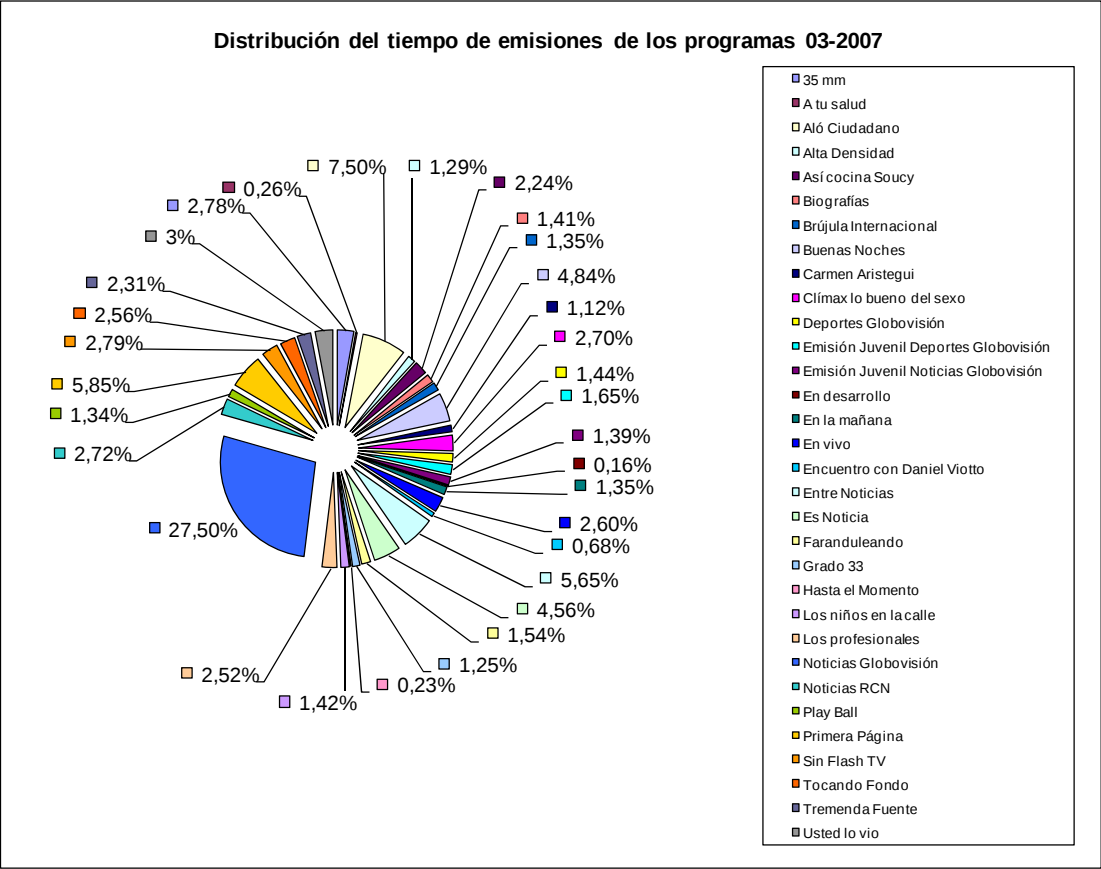


Gráfico C10. Distribución del tiempo de emisiones de los programas 03-2007

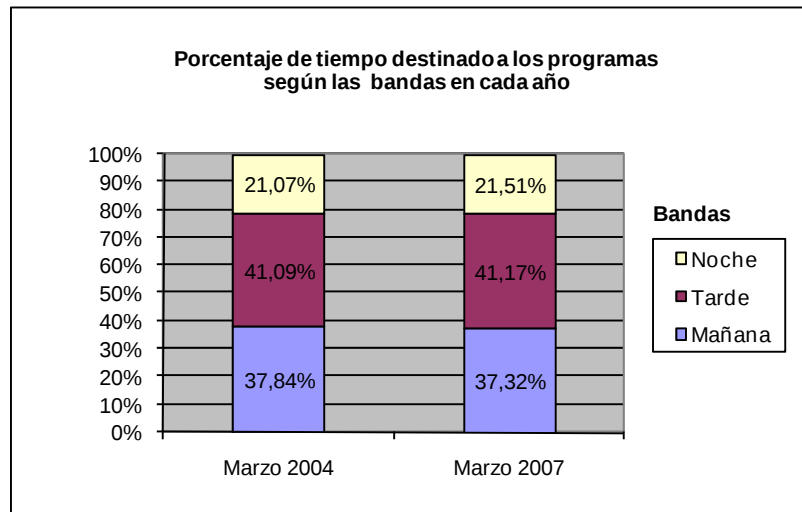


Gráfico C11. Porcentaje de tiempo destinado a los programas según las bandas en cada año

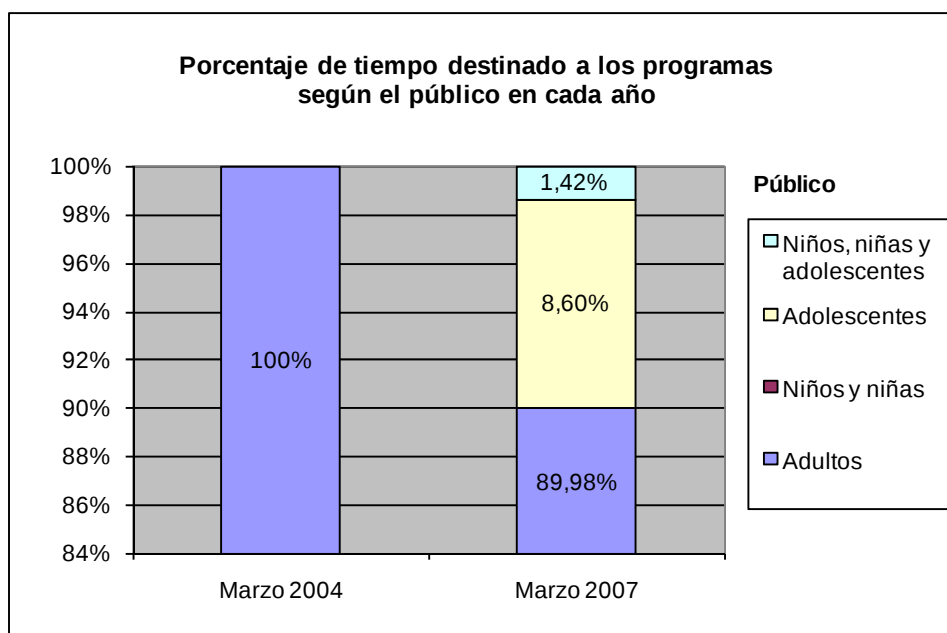


Gráfico C12. Porcentaje de tiempo destinado a los programas según el público en cada año

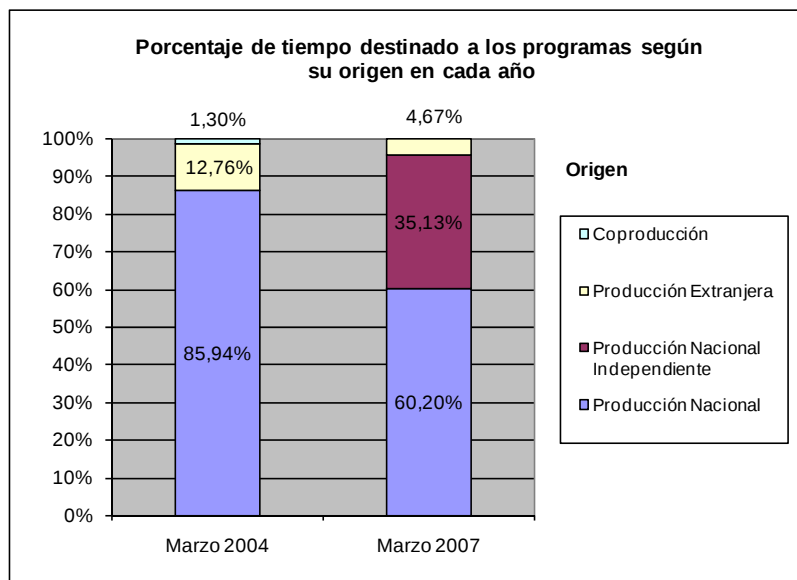


Gráfico C13. Porcentaje de tiempo destinado a los programas según su origen en cada año

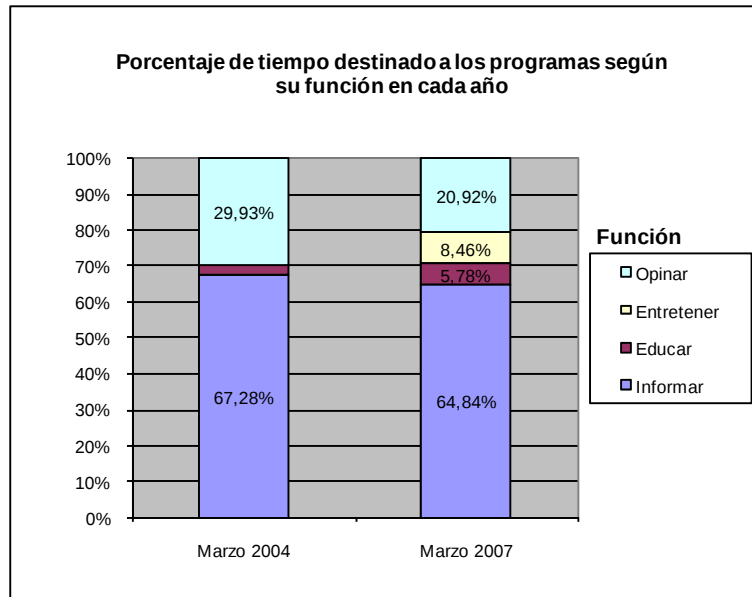


Gráfico C14. Porcentaje de tiempo destinado a los programas según su función en cada año

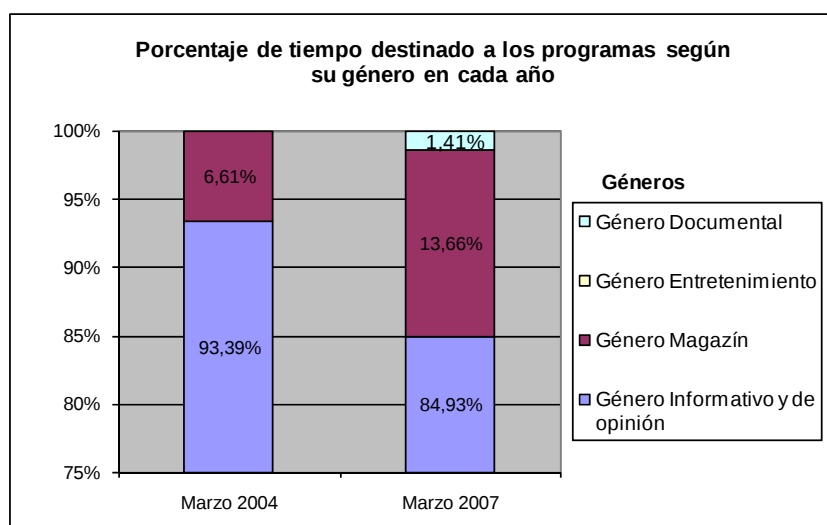


Gráfico C15. Porcentaje de tiempo destinado a los programas según su género en cada año

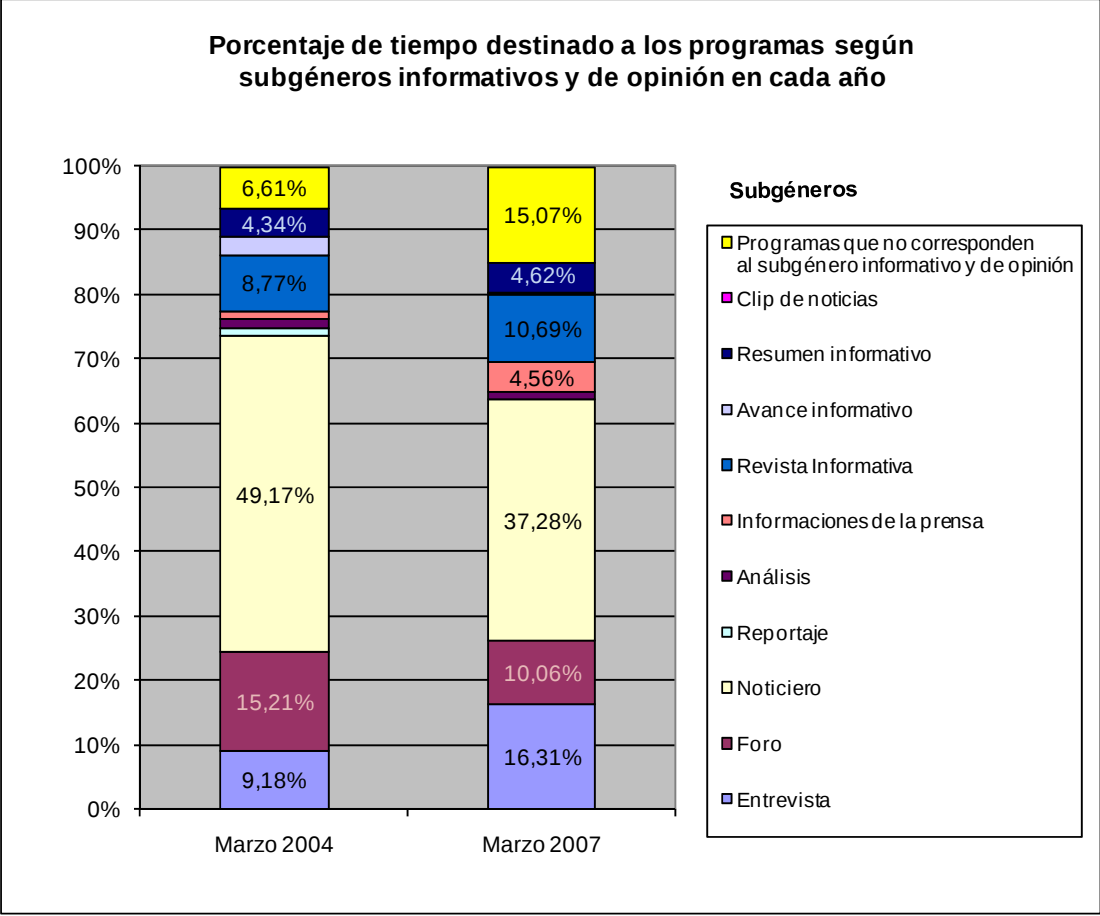


Gráfico C16. Porcentaje de tiempo destinado a los programas según subgéneros informativos y de opinión en cada año

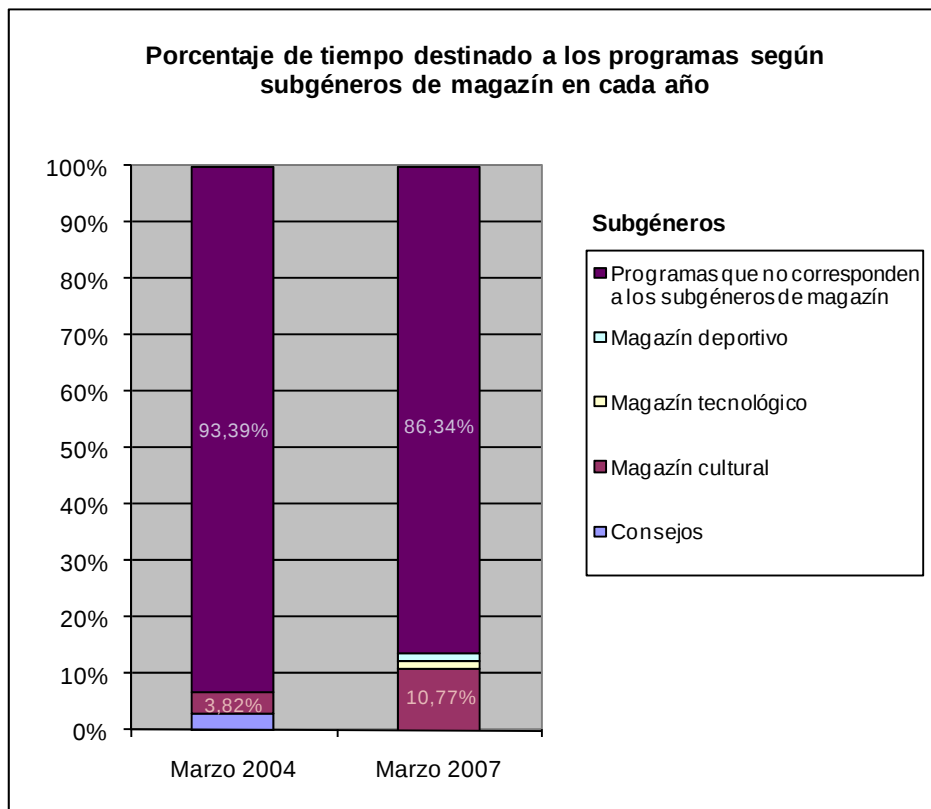


Gráfico C17. Porcentaje de tiempo destinado a los programas según subgéneros de magazín en cada año

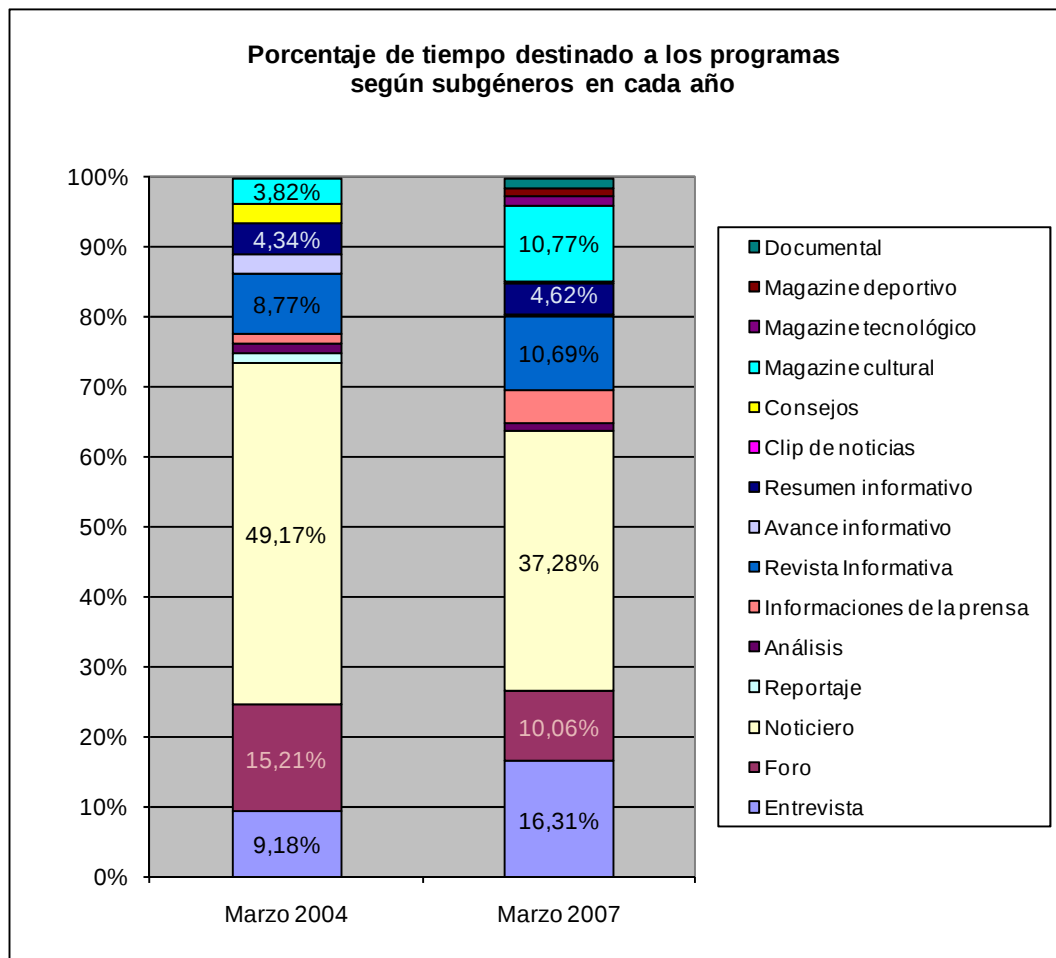


Gráfico C18. Porcentaje de tiempo destinado a los programas según subgéneros en cada año

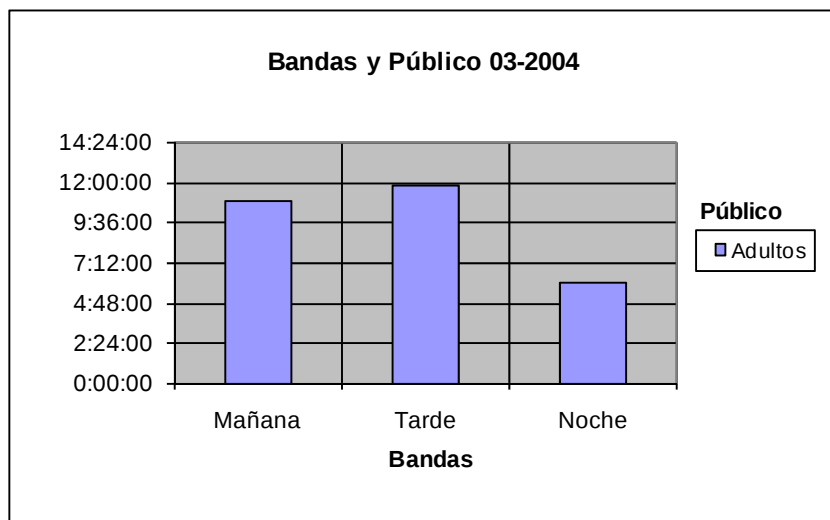


Gráfico C19. Bandas y público 03-2004

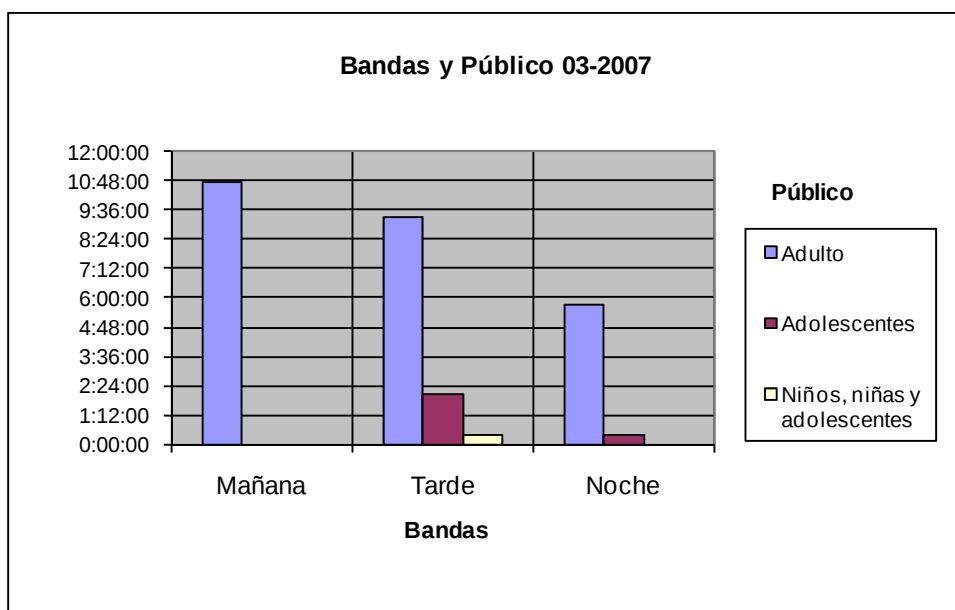


Gráfico C20. Bandas y público 03-2007

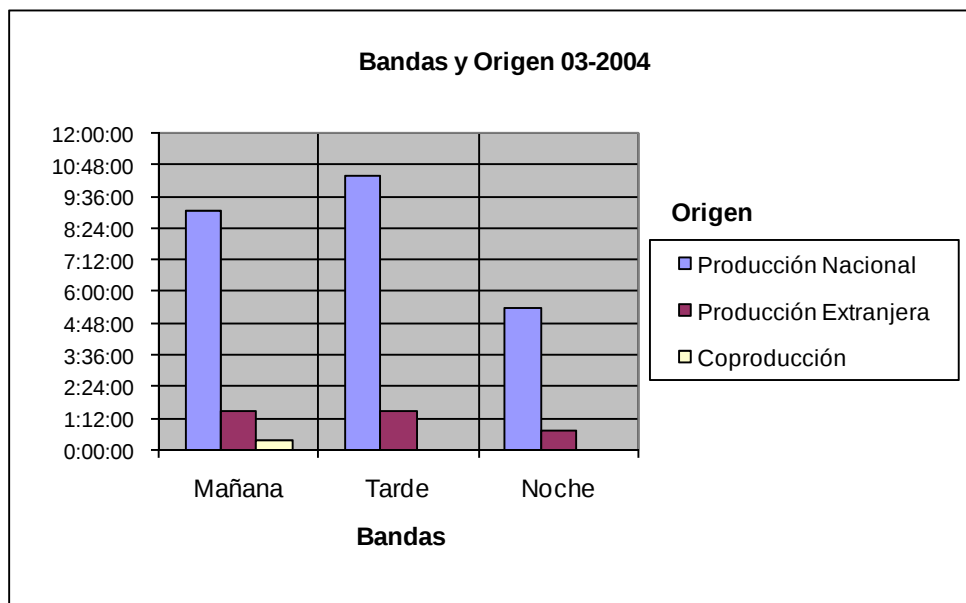


Gráfico C21. Bandas y origen 03-2004

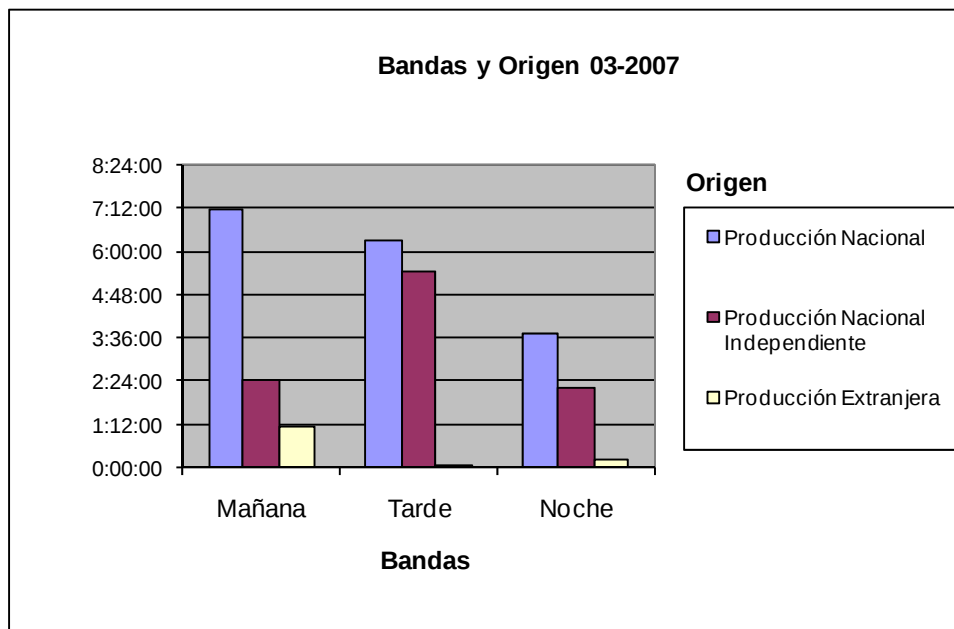


Gráfico C22. Bandas y origen 03-2007

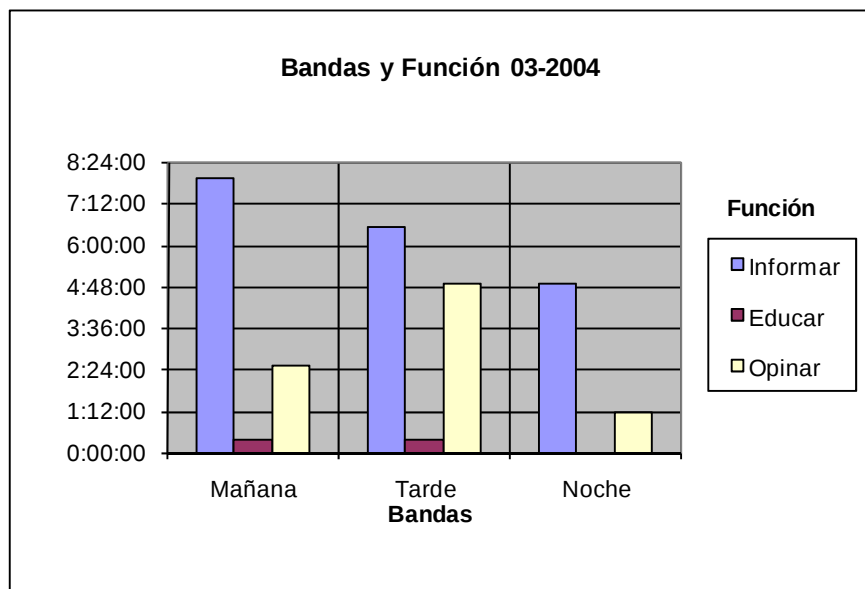


Gráfico C23. Bandas y función 03-2004

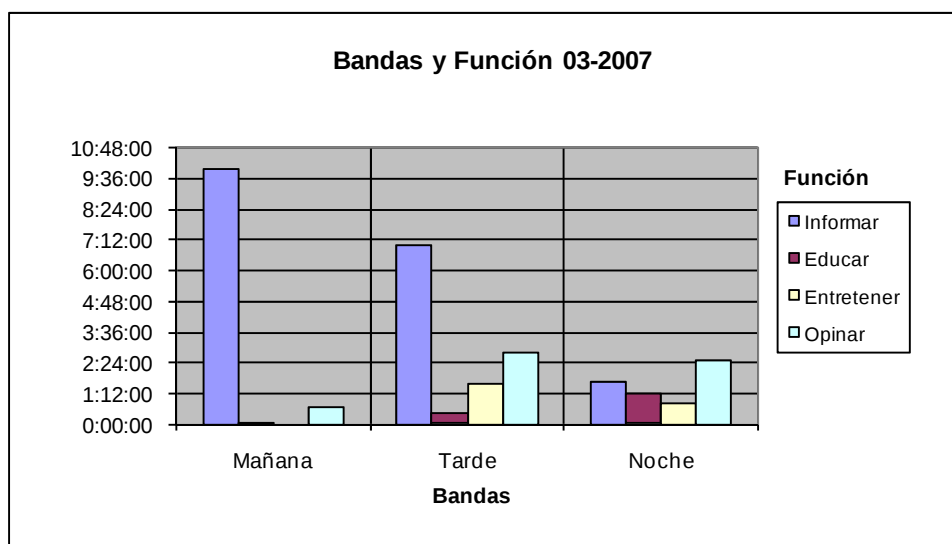


Gráfico C24. Bandas y función 03-2007

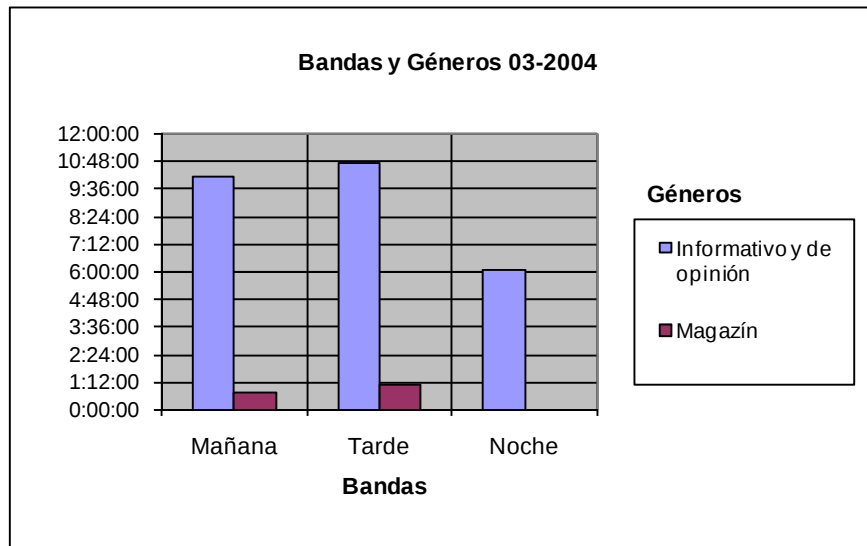


Gráfico C25. Bandas y géneros 03-2004

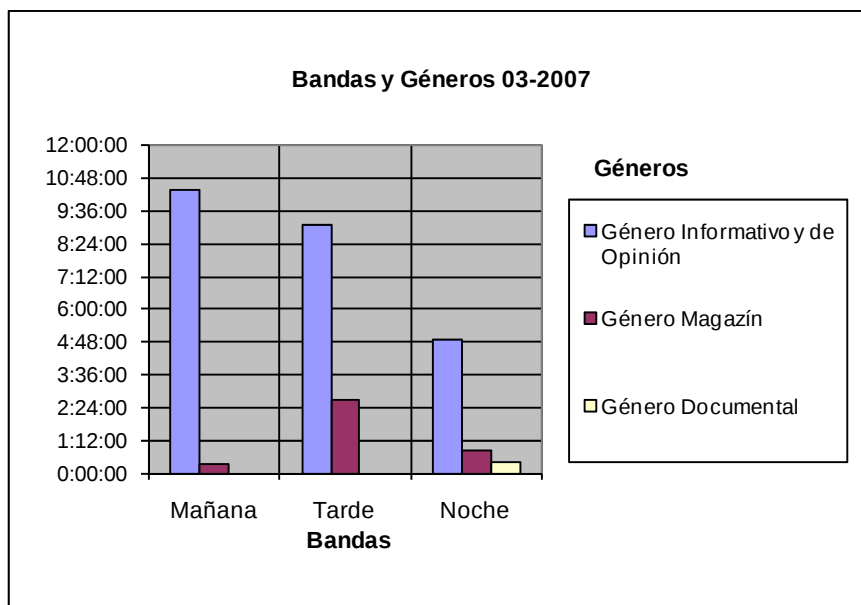


Gráfico C26. Bandas y géneros 03-2007

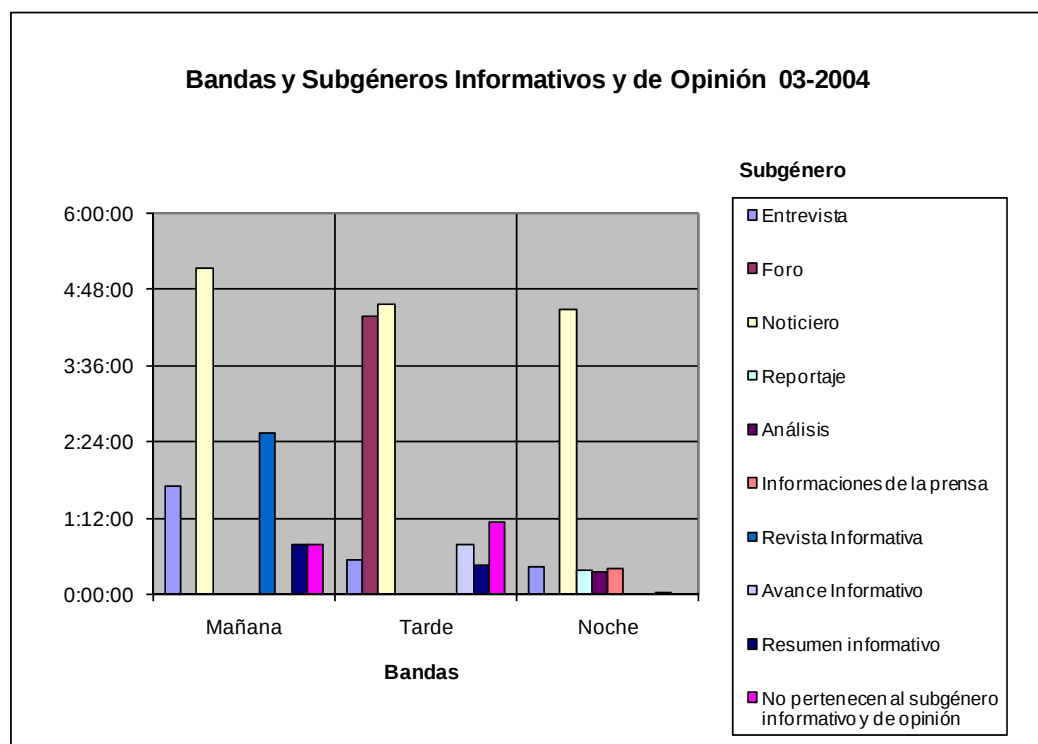


Gráfico C27. Bandas y subgéneros informativos y de opinión 03-2004

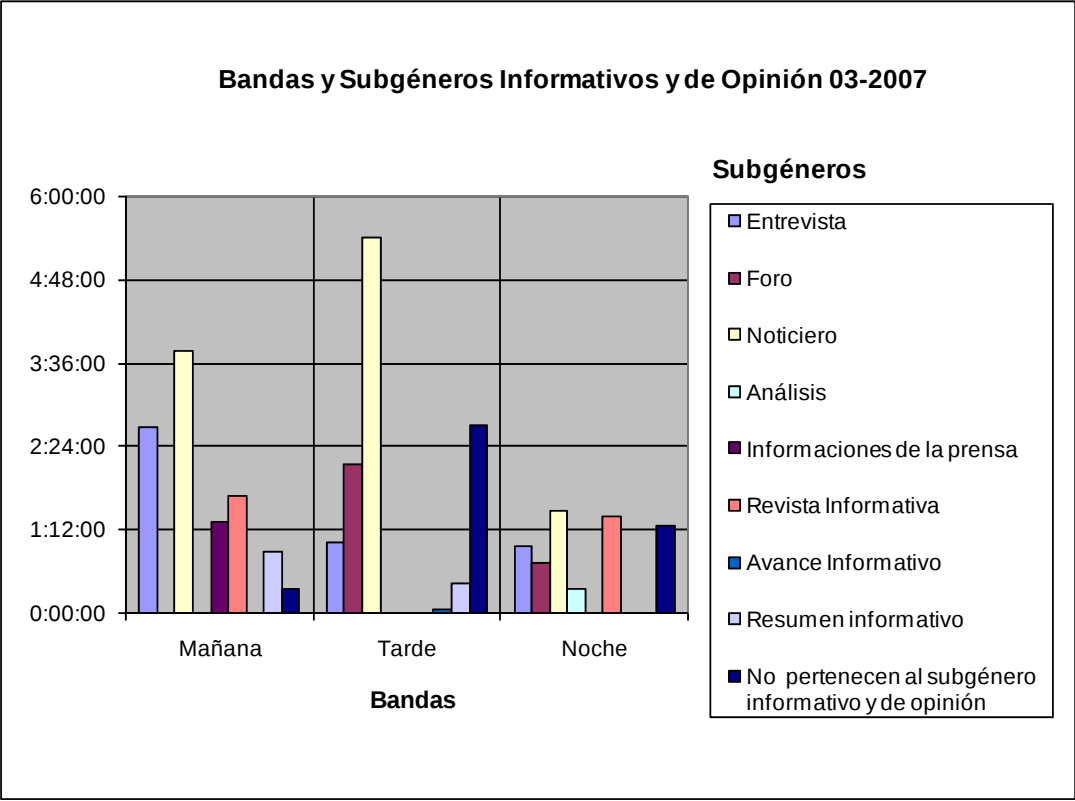


Gráfico C28. Bandas y subgéneros informativos y de opinión 03-2007

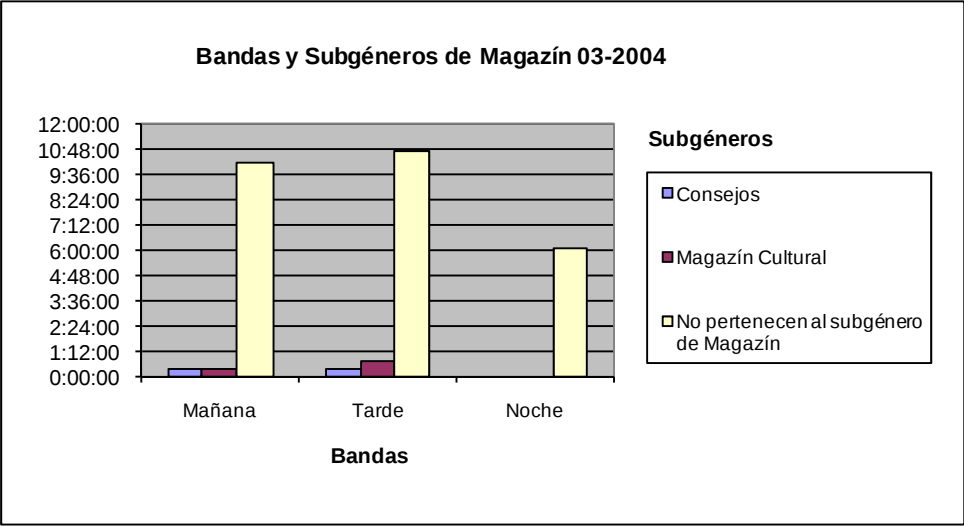


Gráfico C29. Bandas y subgéneros de magazin 03-2004

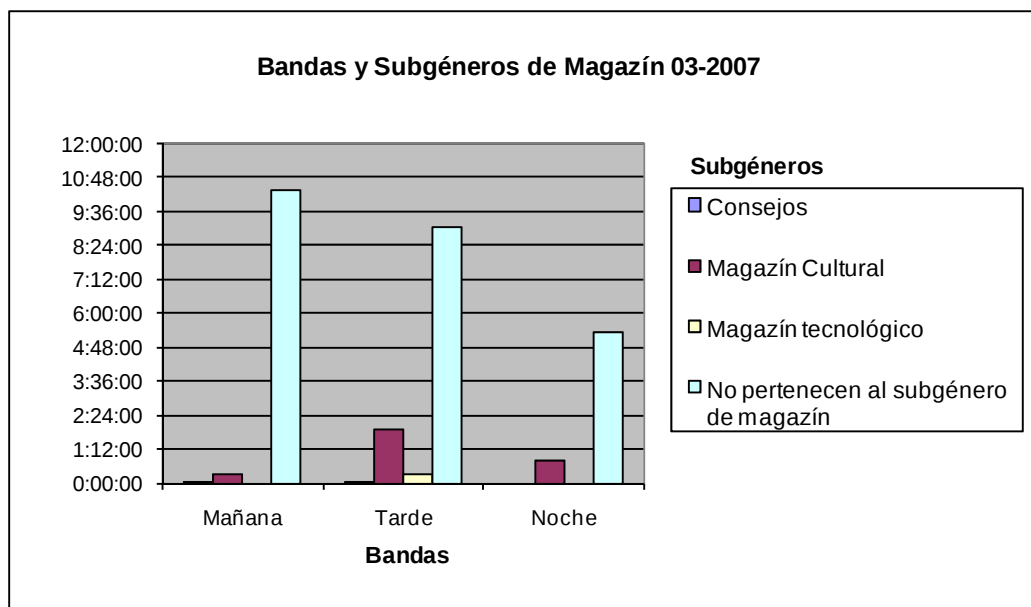


Gráfico C30. Bandas y subgéneros de magazin 03-2007

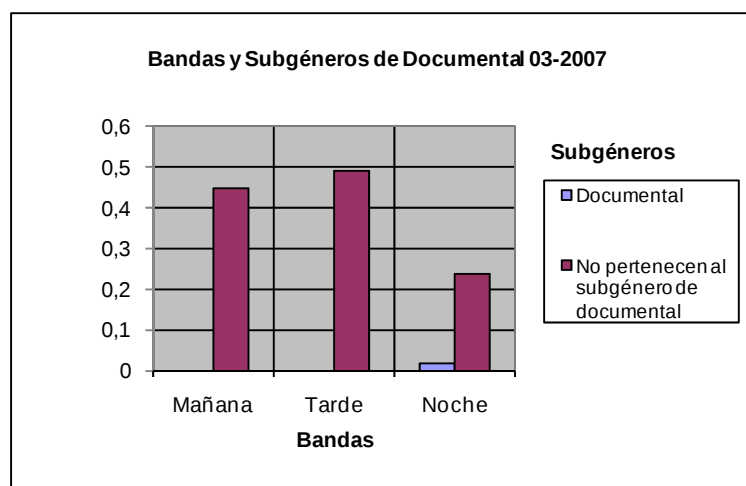


Gráfico C31. Bandas y subgéneros de documental 03-2007

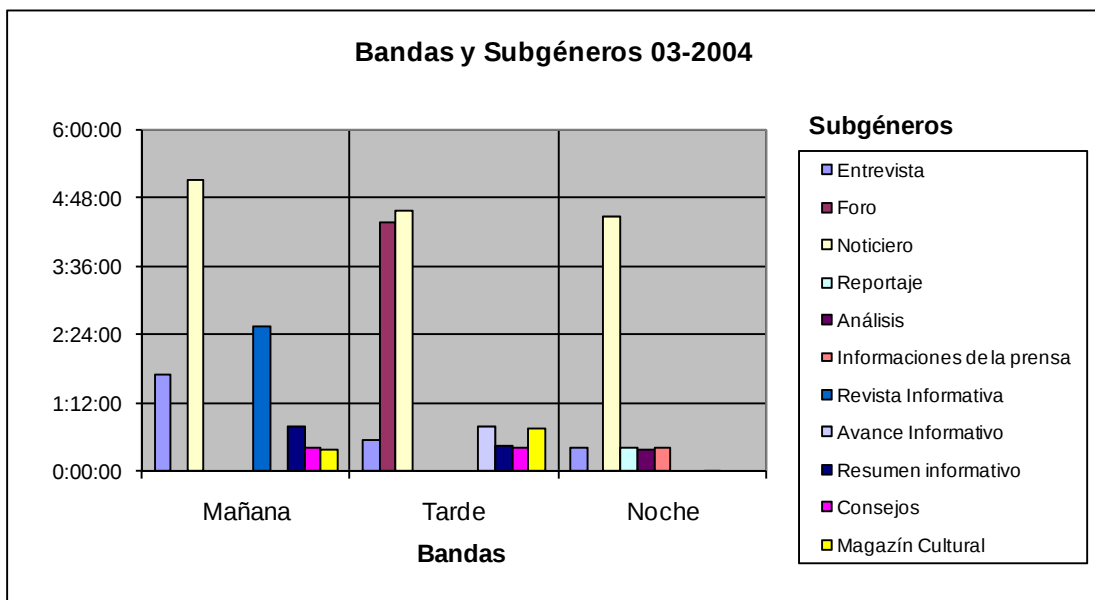


Gráfico C32. Bandas y subgéneros 03-2004

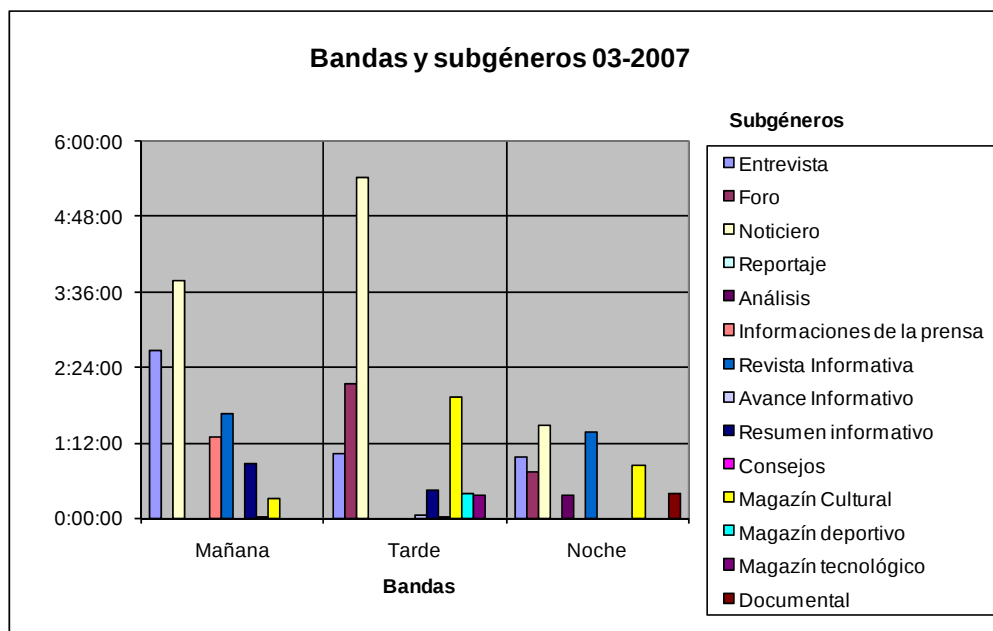


Gráfico C33. Bandas y subgéneros 03-2007

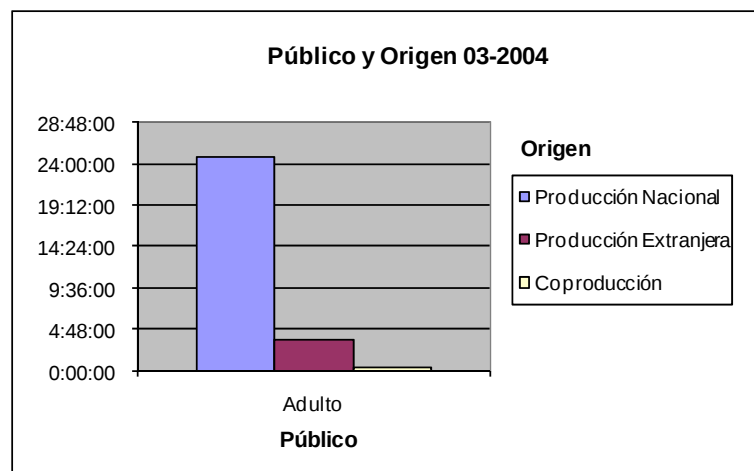


Gráfico C34. Público y origen 03-2004

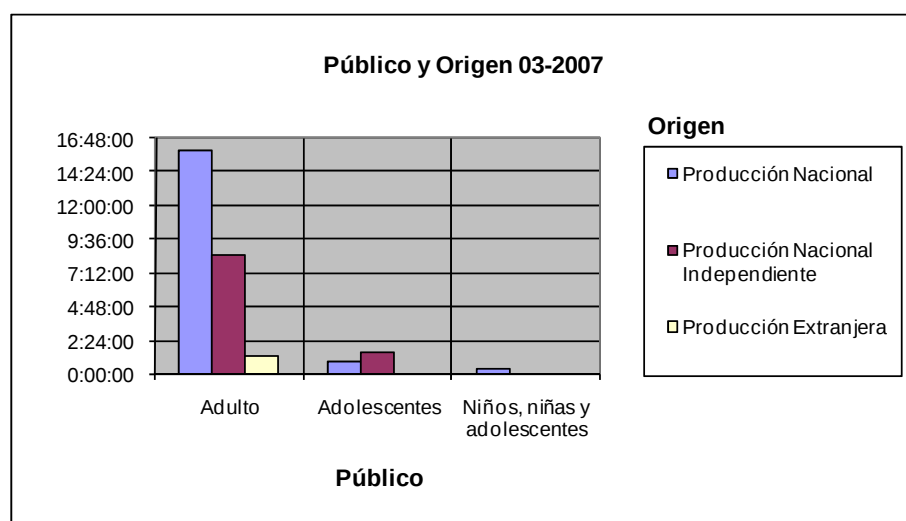


Gráfico C35. Público y origen 03-2007

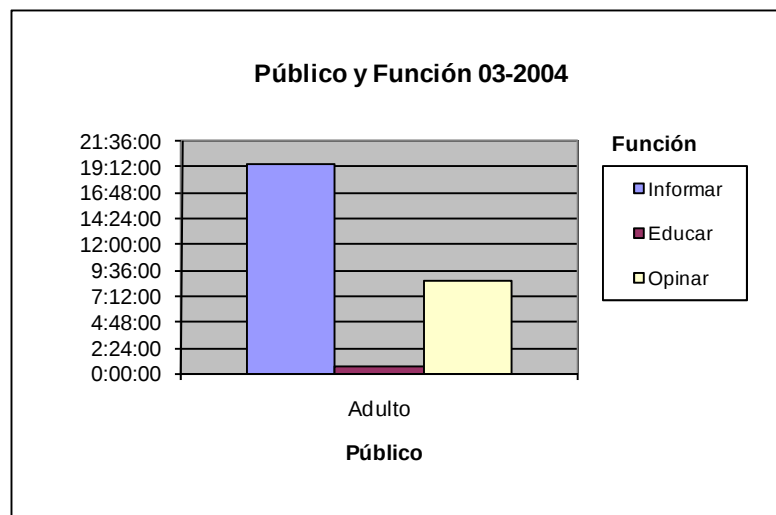


Gráfico C36. Público y función 03-2004

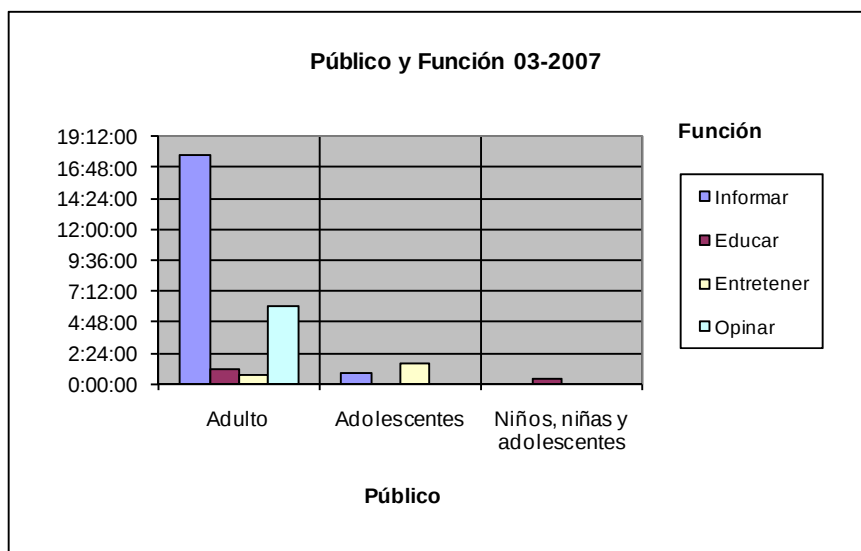


Gráfico C37. Público y función 03-2007

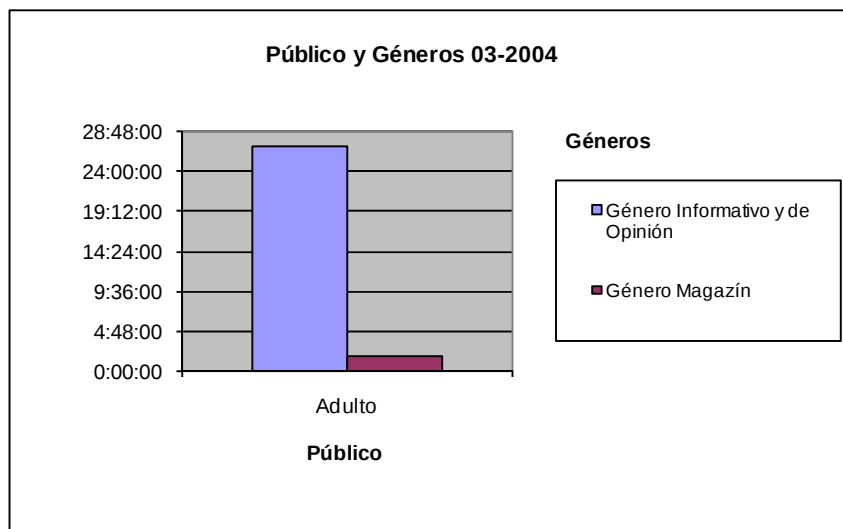


Gráfico C38. Público y géneros 03-2004

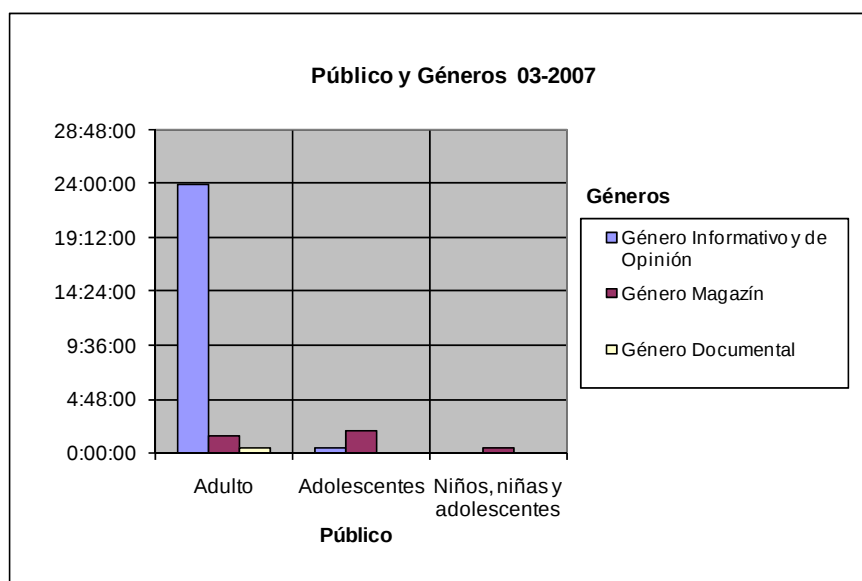


Gráfico C39. Público y géneros 03-2007

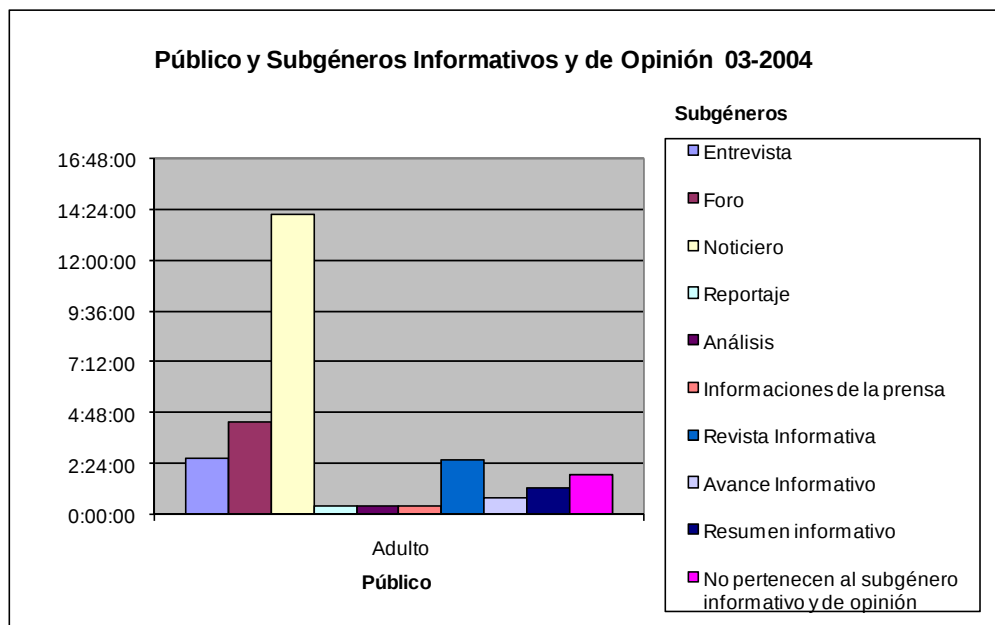


Gráfico C40. Público y subgéneros informativos y de opinión 03-2004

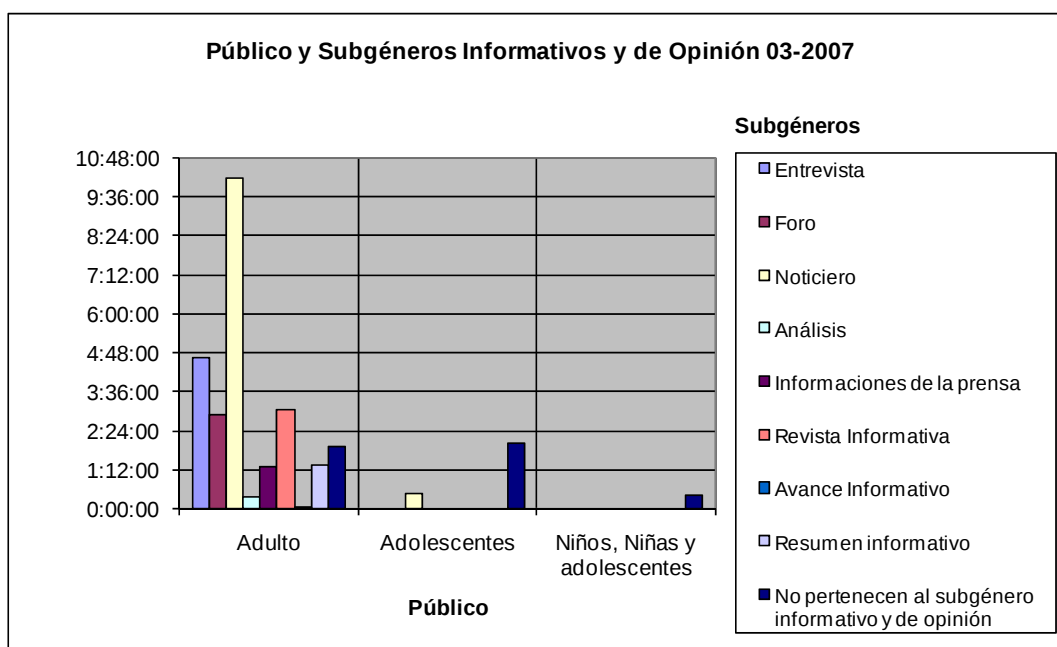


Gráfico C41. Público y subgéneros informativos y de opinión 03-2007

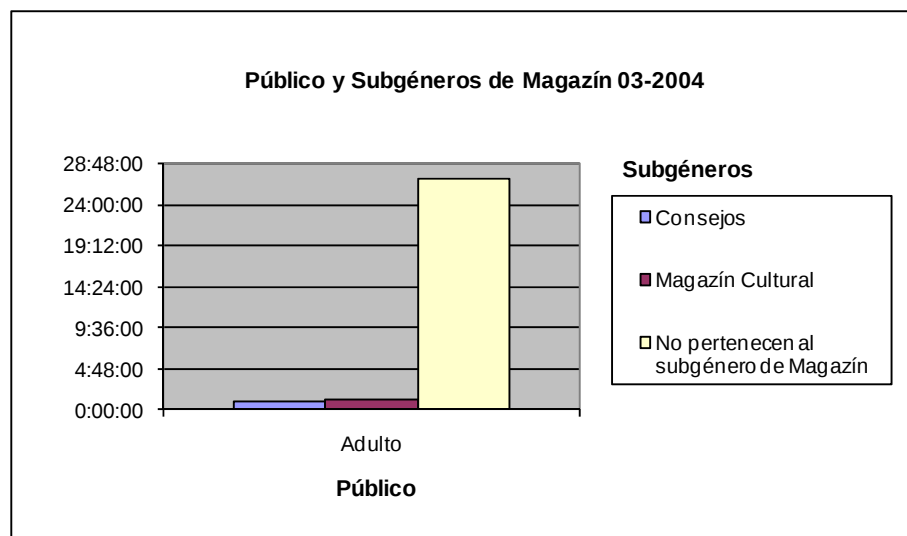


Gráfico C42. Público y subgéneros de magazin 03-2004

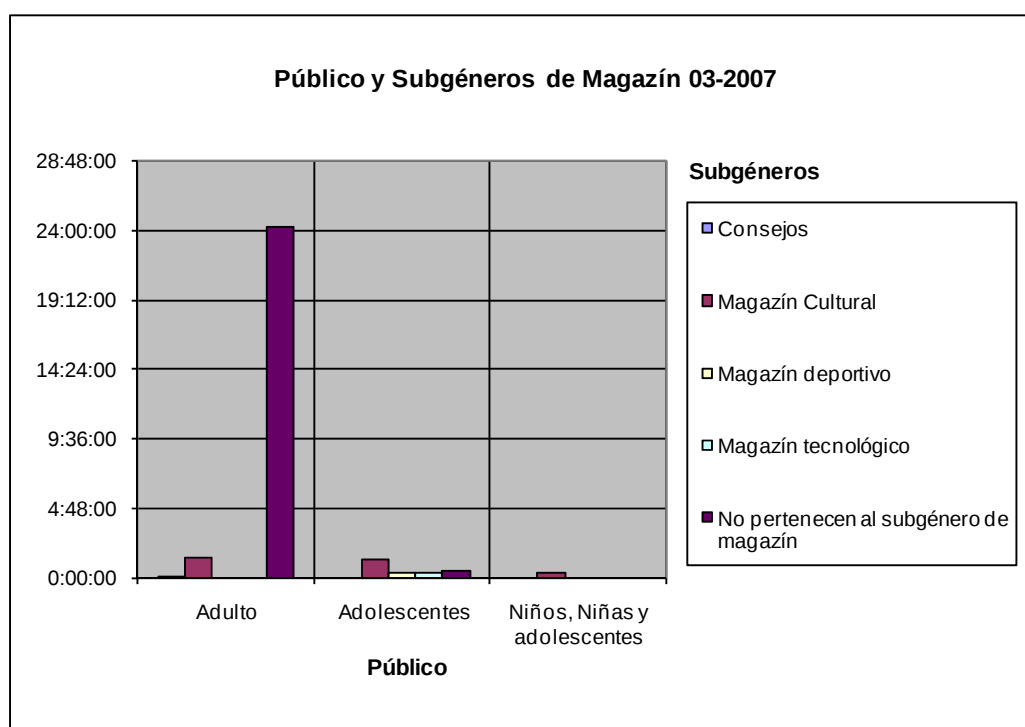


Gráfico C43. Público y subgéneros de magazin 03-2007

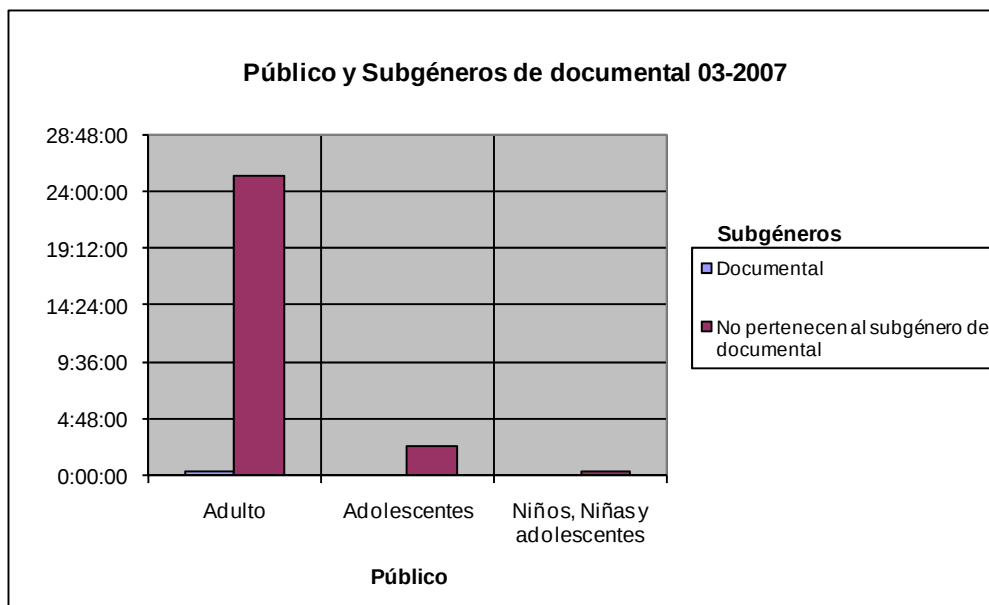


Gráfico C44. Público y subgéneros de documental 03-2007

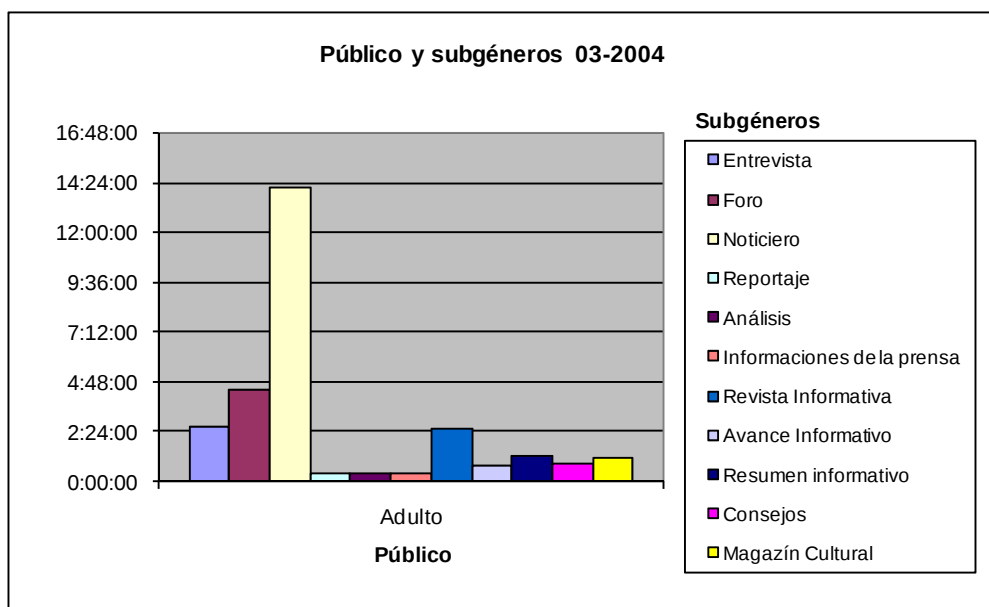


Gráfico C45. Público y subgéneros 03-2004

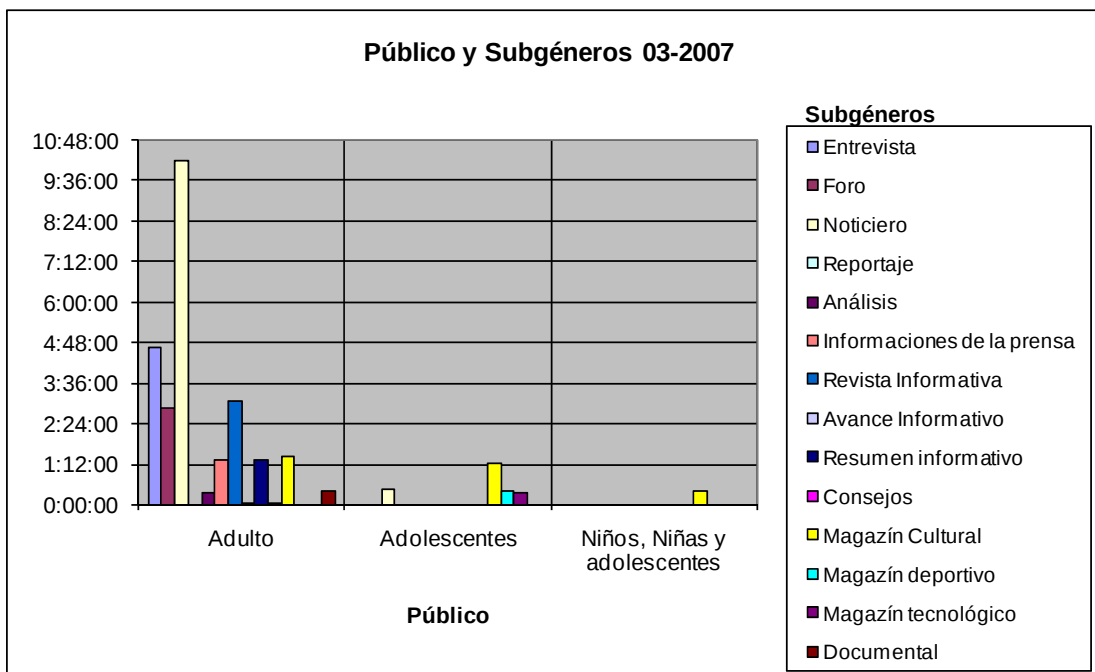


Gráfico C46. Público y subgéneros 03-2007

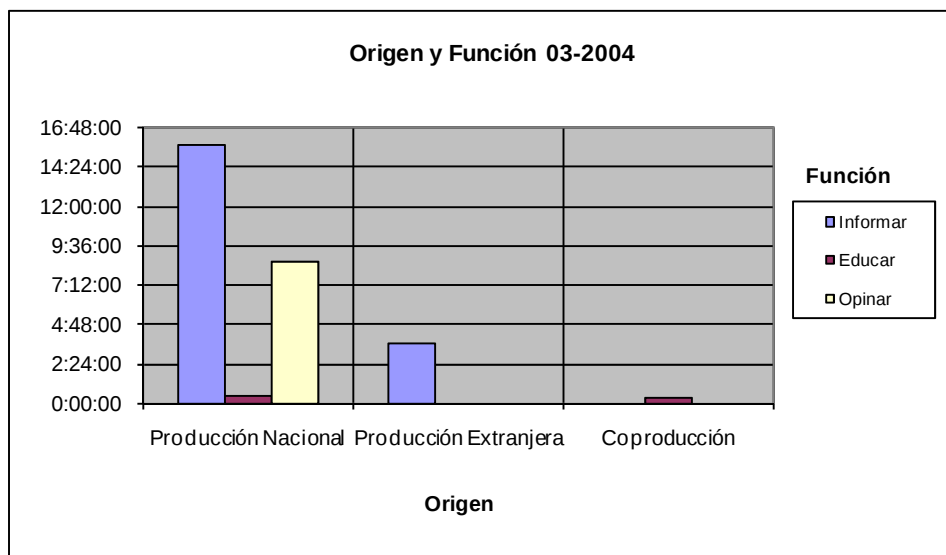


Gráfico C47. Origen y función 03-2004

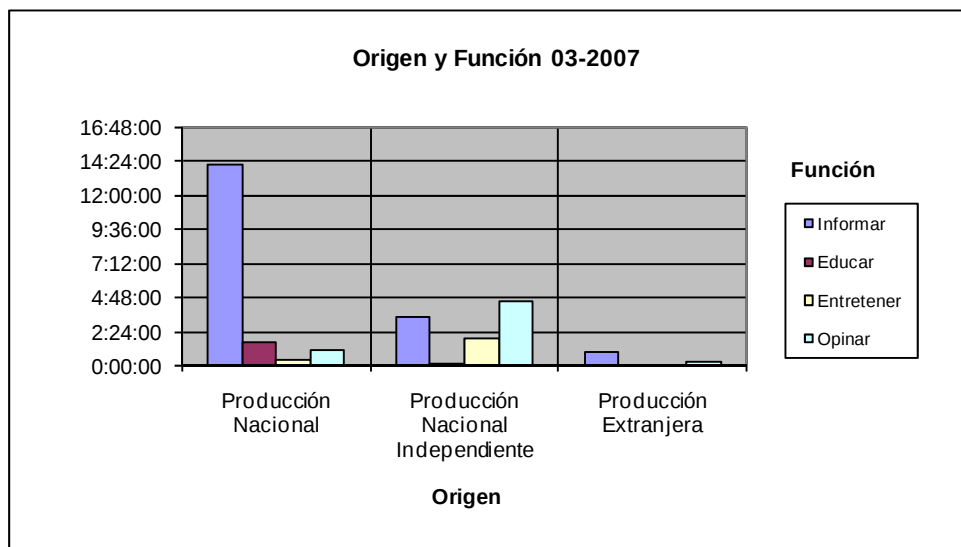


Gráfico C48. Origen y función 03-2007

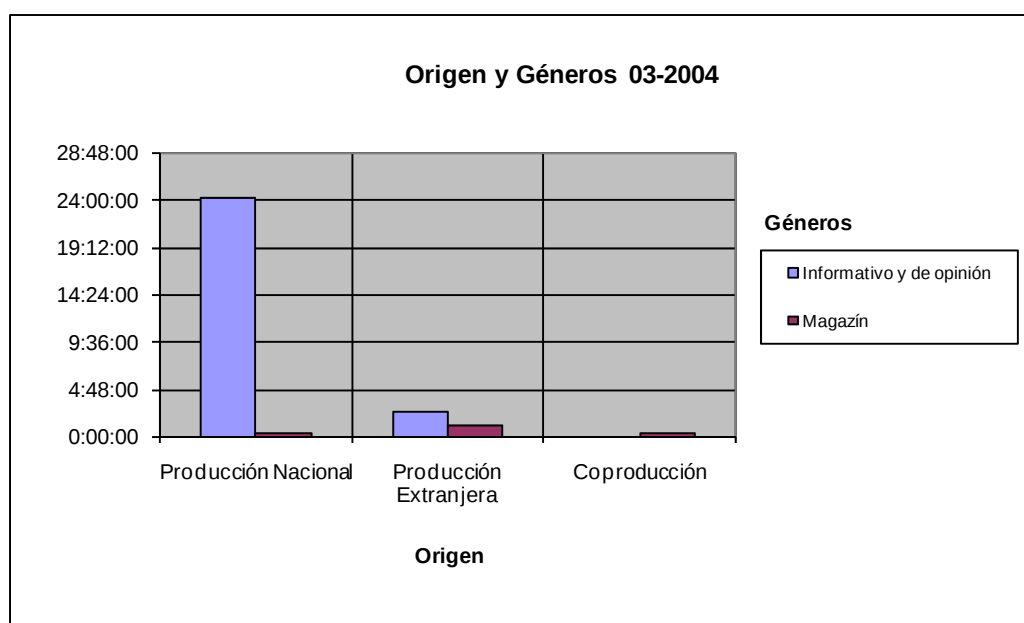


Gráfico C49. Origen y géneros 03-2004

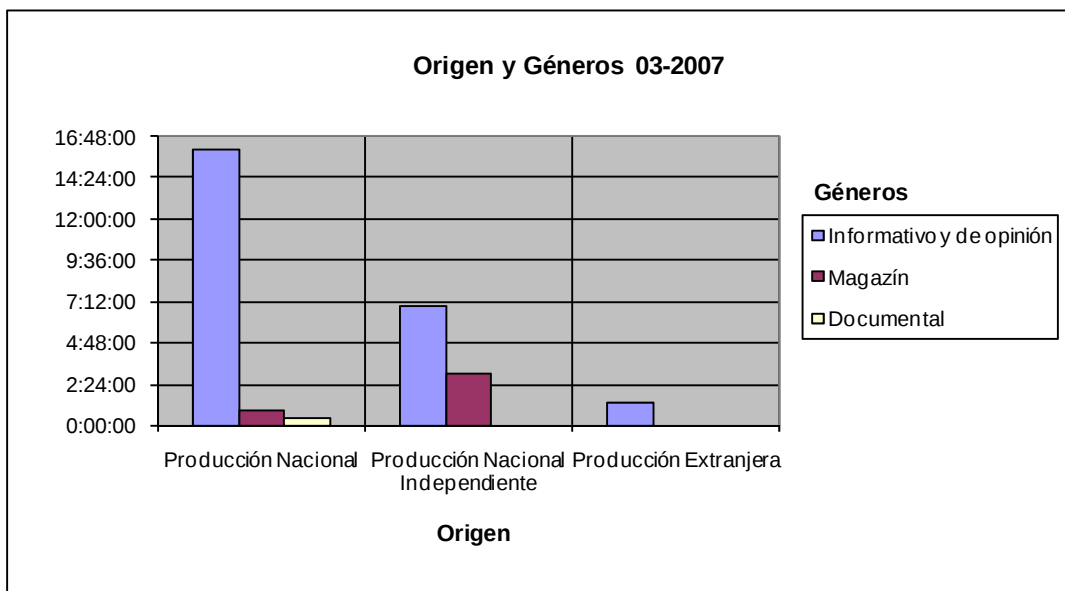


Gráfico C50. Origen y géneros 03-2007

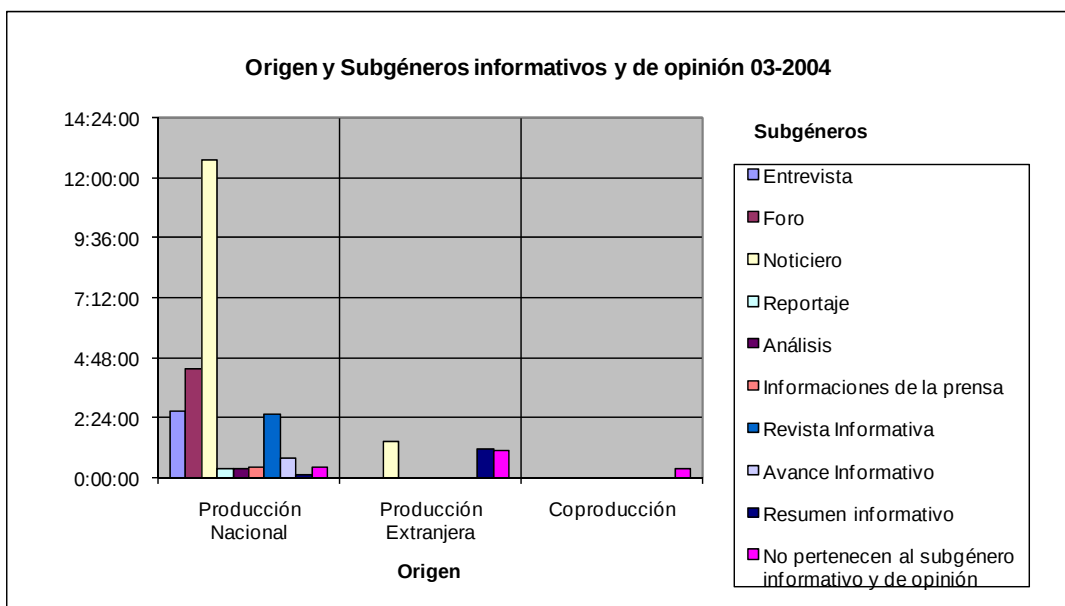


Gráfico C51. Origen y subgéneros informativos y de opinión 03-2004

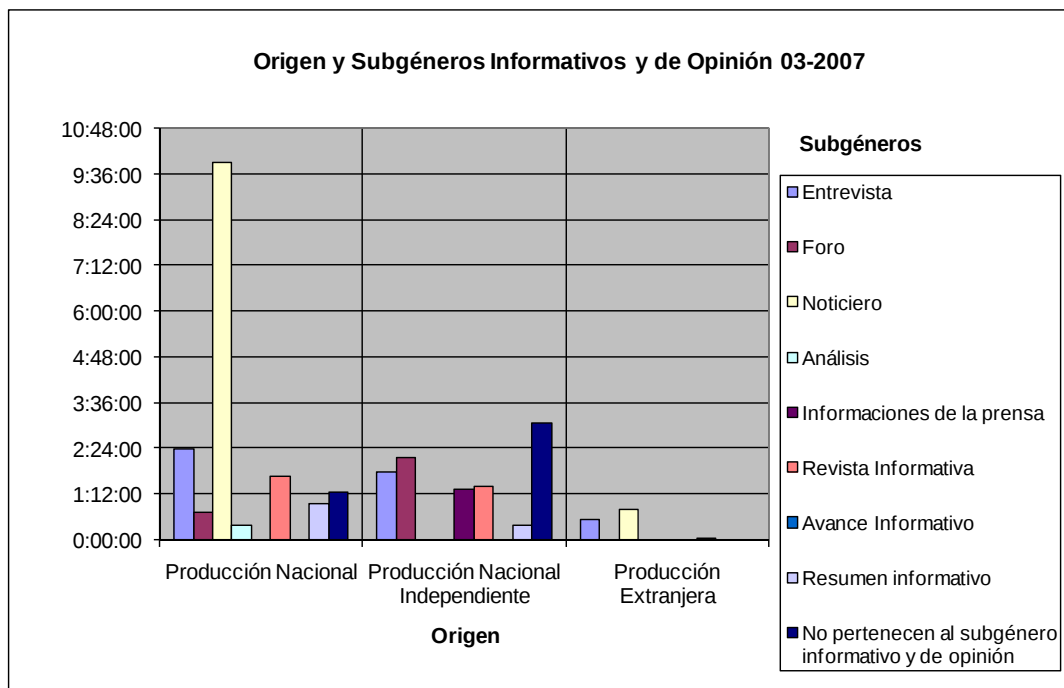


Gráfico C52. Origen y subgéneros informativos y de opinión 03-2007

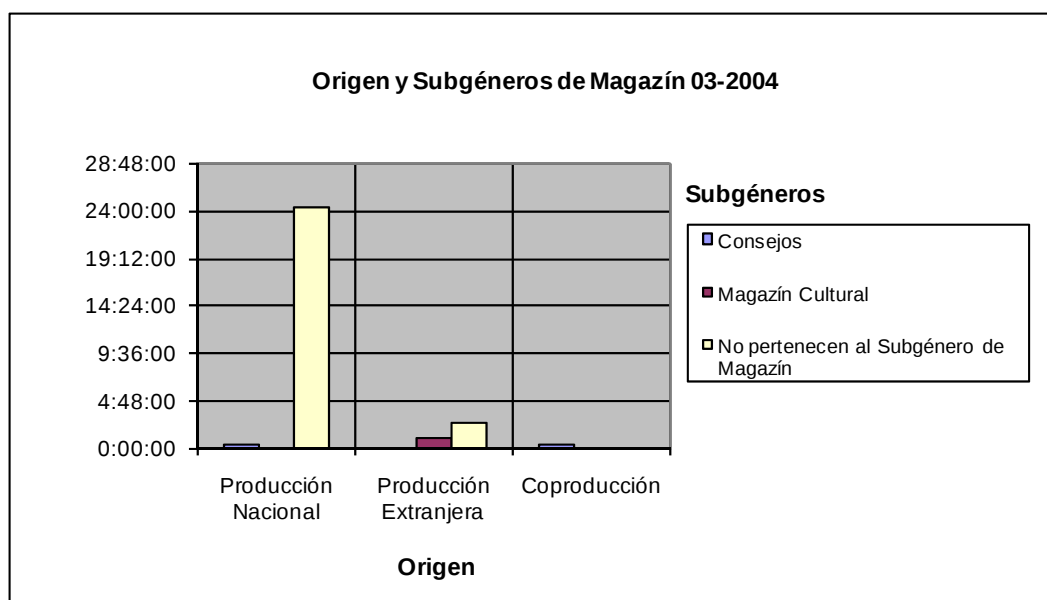


Gráfico C53. Origen y subgéneros de magazin 03-2004

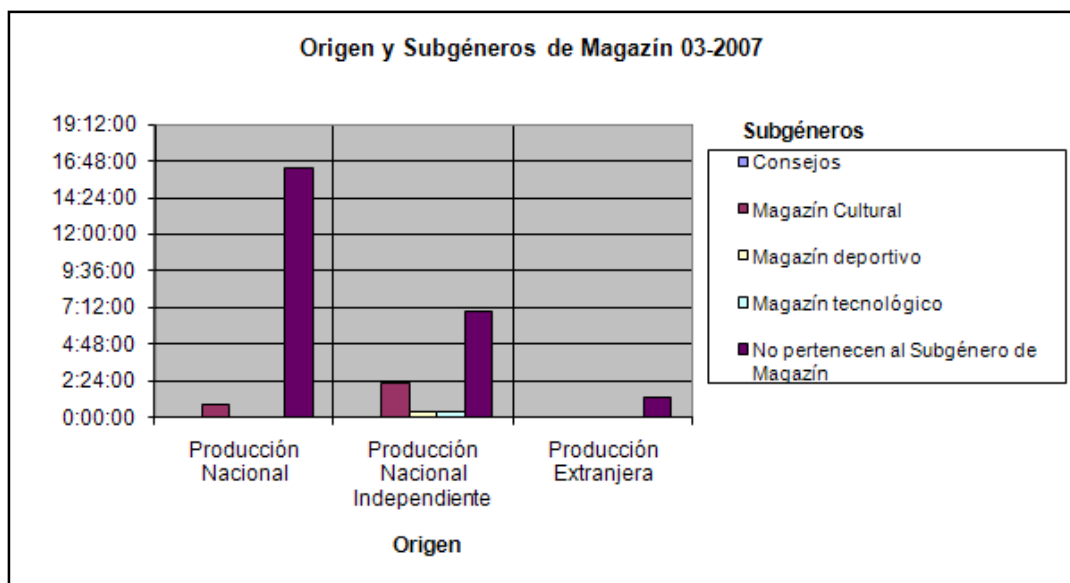


Gráfico C54. Origen y subgéneros de magazin 03-2007

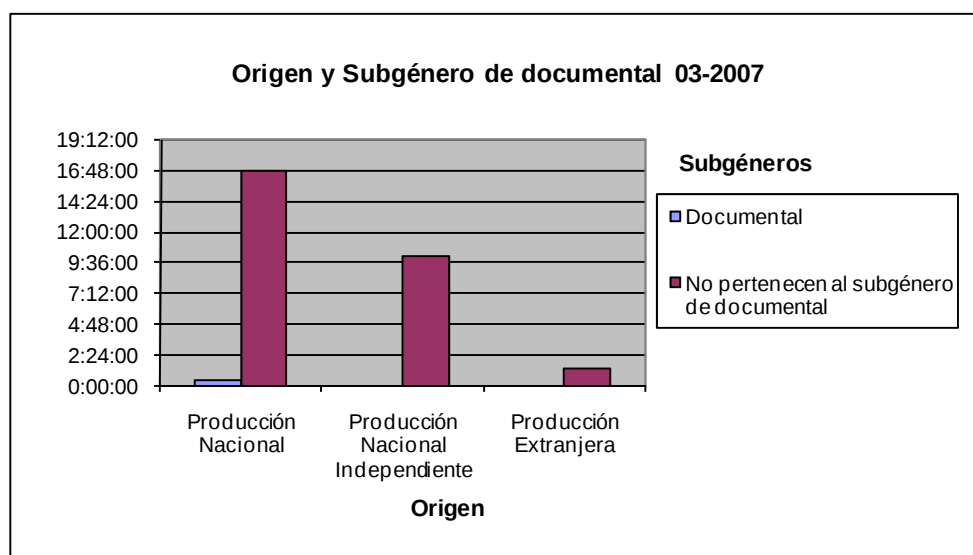


Gráfico C55. Origen y subgéneros de documental 03-2007

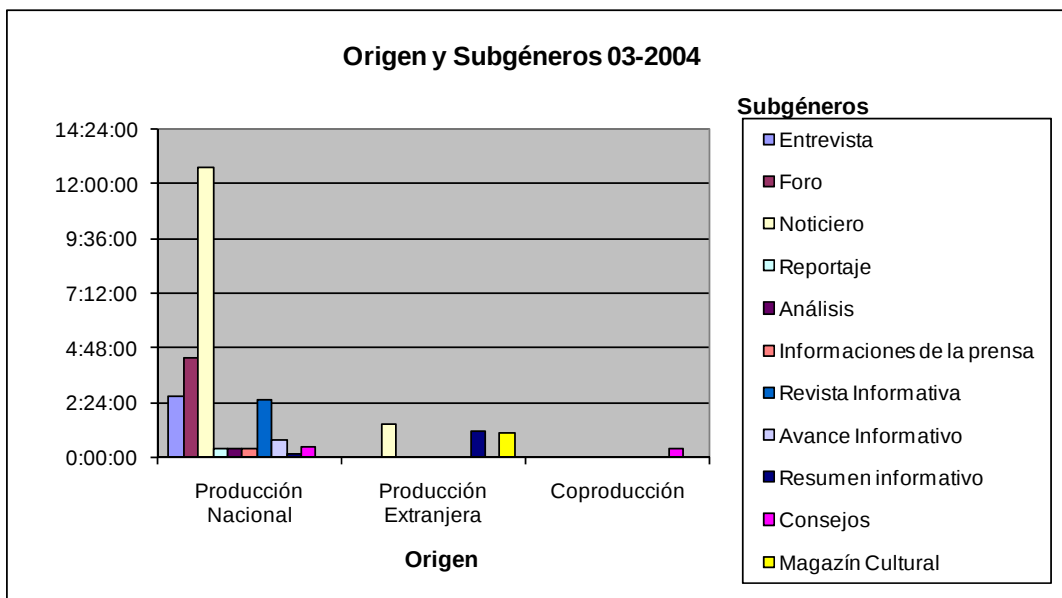


Gráfico C56. Origen y subgéneros 03-2004

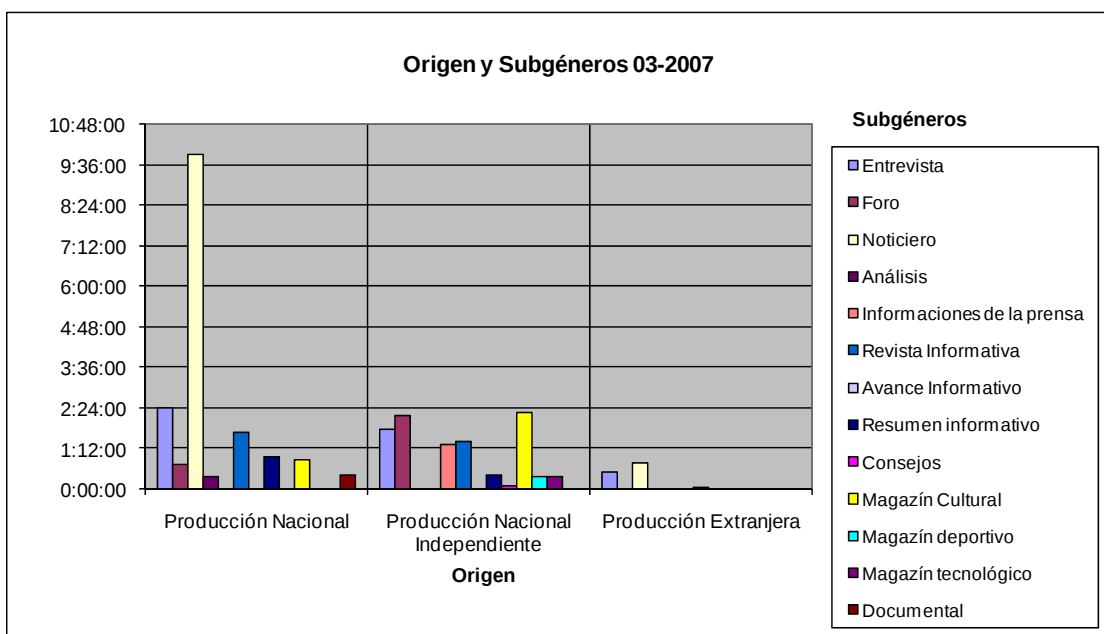


Gráfico C57. Origen y subgéneros 03-2007

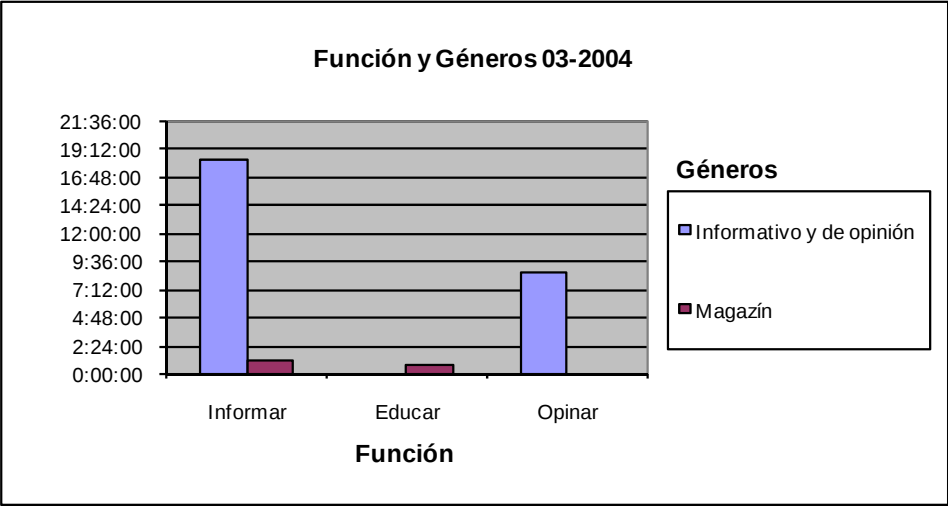


Gráfico C58. Función y géneros 03-2004

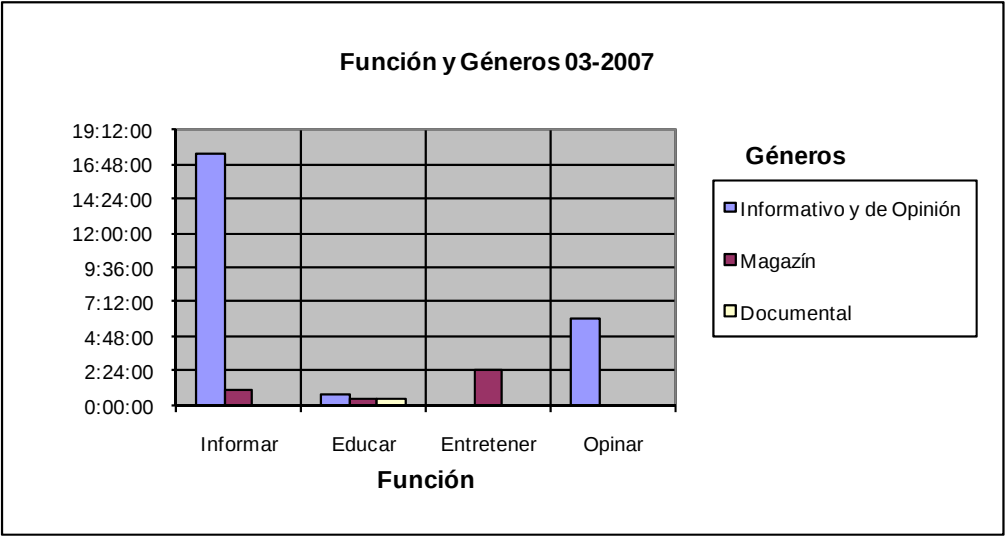


Gráfico C59. Función y géneros 03-2007

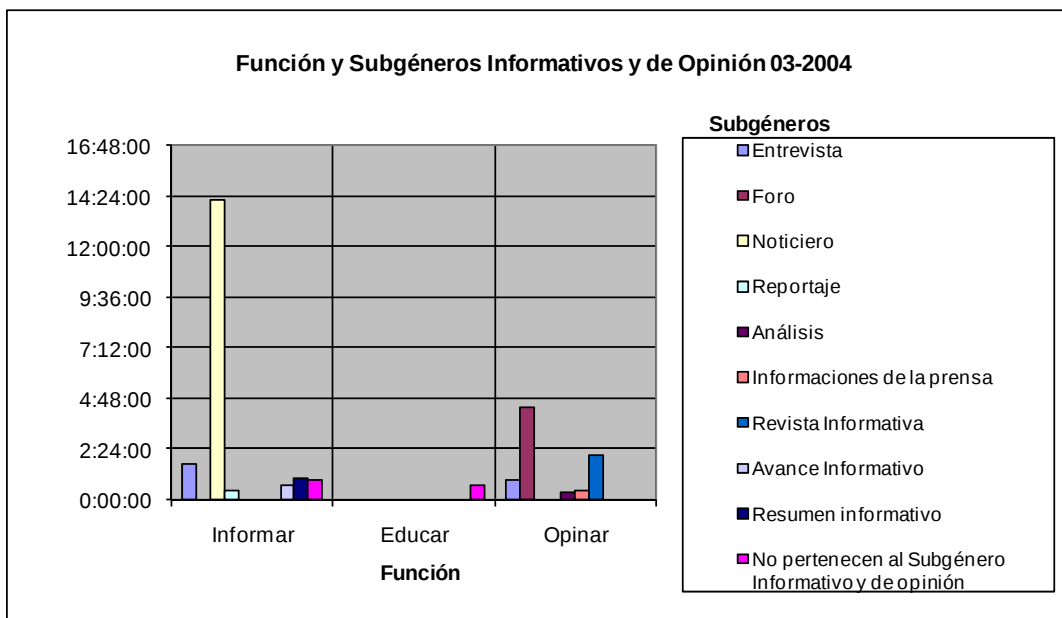


Gráfico C60. Función y subgéneros informativos y de opinión 03-2004

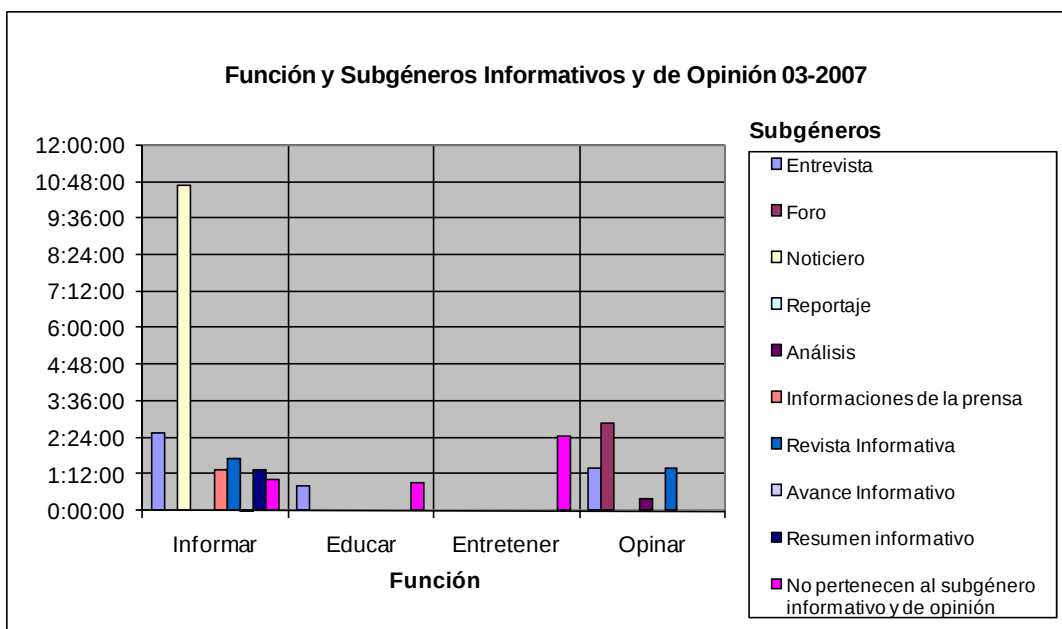


Gráfico C61. Función y subgéneros informativos y de opinión 03-2007

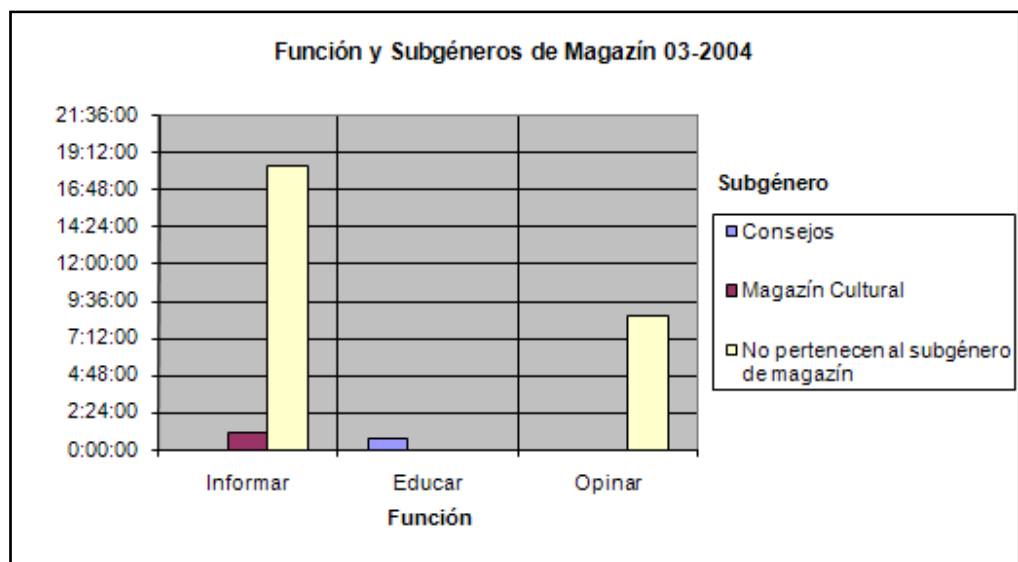


Gráfico C62. Función y subgéneros de magazin 03-2004

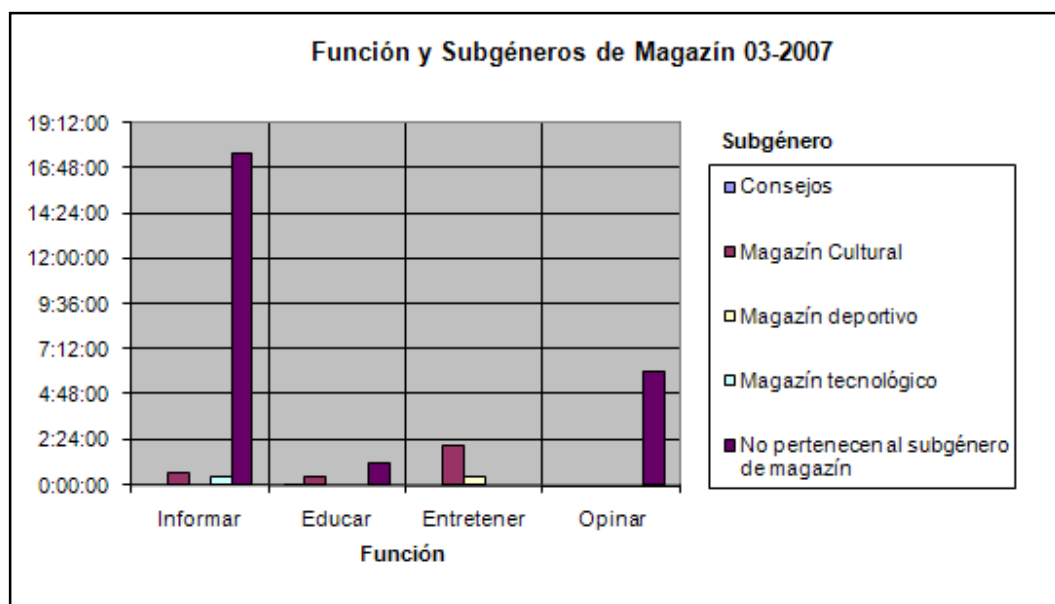


Gráfico C63. Función y subgéneros de magazin 03-2007

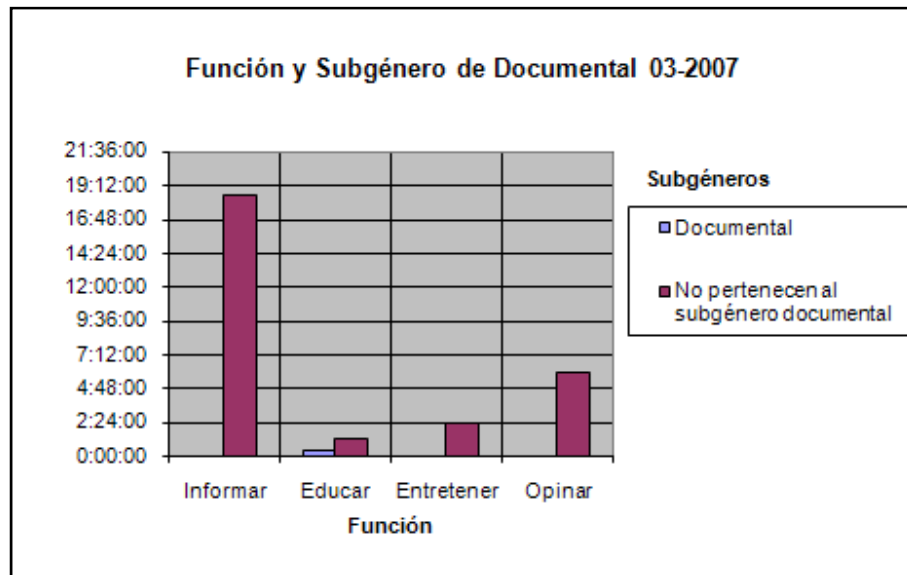


Gráfico C64. Función y subgéneros de documental 03-2007

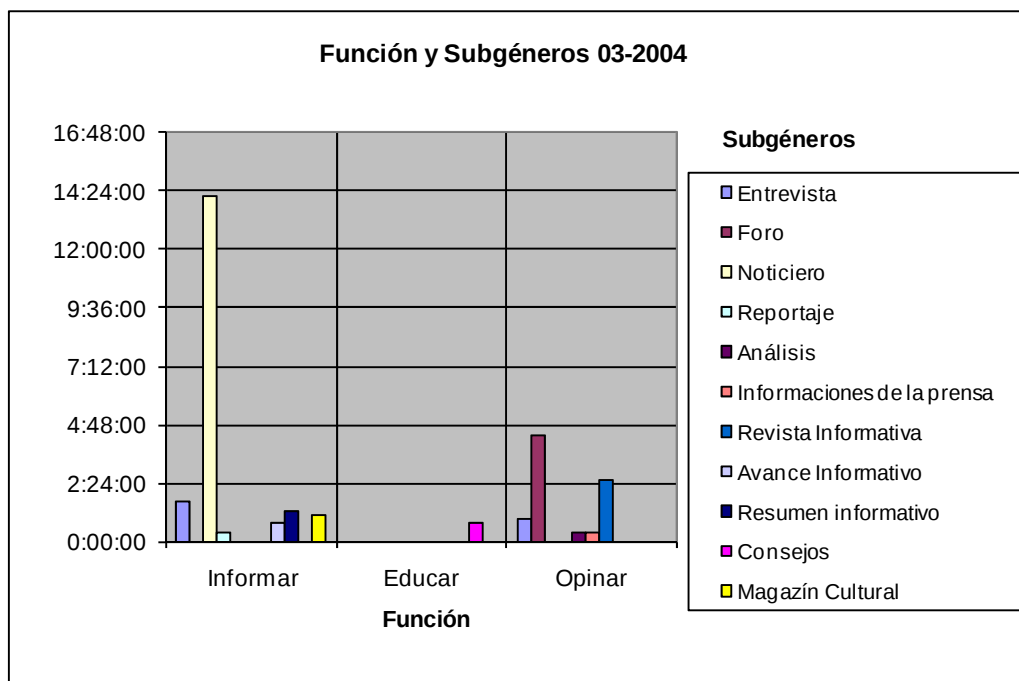


Gráfico C65. Función y subgéneros 03-2004

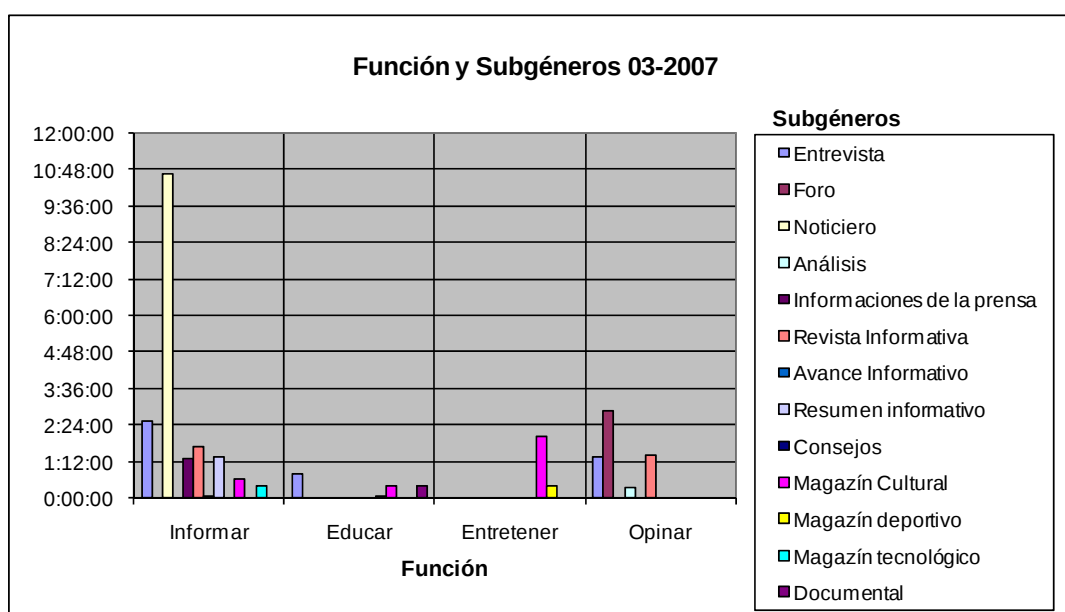


Gráfico C66. Función y subgéneros 03-2007

ANEXO D

Instrumento de validación por expertos

Universidad Católica Andrés Bello
Facultad de Humanidades y Educación
Escuela de Comunicación Social
Trabajo Especial de Grado
Tutor: Andrés Cañizález
Tesisista: Karina A. Rodríguez D.

Fecha:

____/____/____

Nombre:

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO POR EXPERTOS

Con el objeto de identificar los cambios que ha introducido Globovisión en su oferta programática, luego de la aplicación de la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión, se crearon dos fichas de análisis: la primera denominada “Ficha de estructura de la programación” y la segunda llamada “Ficha de Programas”.

A continuación se presentan las categorías que conforman cada uno de los instrumentos. Al lado de cada ítem aparecen dos recuadros con las letras “P” y “R”, en donde “P” se refiere a la pertinencia y “R” a la redacción de las definiciones.

Si considera que la categoría o sus indicadores son pertinentes y cuentan con una redacción apropiada de su definición, se agradece colocar el signo “✓”. En caso contrario, favor colocar una “X”.

Ficha de estructura de la programación

CATEGORÍA A: TIPO DE COMPONENTE

P	R
---	---

Piezas audiovisuales que se combinan para conformar la oferta de la televisión

Programa	Como explican Alvaray, Arenas y Tkachenko, el programa es la unidad básica del repertorio programático y puede ser estudiado como una estructura autónoma e independiente o como una estructura dentro de otra superior denominada programación. “En este sentido no puede desvincularse del contexto en el que está inserto, de la emisión que lo antecede y la que se presentará luego, así como los cortes a los que estará sometido dentro de la dinámica programática” (1992, p.28).	P	R
Publicidad	La publicidad se entiende como “la técnica de la comunicación múltiple que utiliza en forma paga medios de difusión para la obtención de objetivos comerciales predeterminados, a través de la formación, cambio o refuerzo de la actitud de las personas sometidas a su acción” (Billourou en D’Almeida, 2004, p. 10)	P	R
Propaganda	Usa la comunicación como una herramienta para la propagación de ideas políticas, filosóficas, morales, sociales o religiosas y no con fines comerciales (Billourou en D’Almeida, 2004, p. 10). Aquí se incluirán las inserciones propagandísticas con mensajes provenientes del gobierno y organismos del Estado, de organizaciones privadas, de partidos políticos, movimientos y gremios.	P	R

Espacios Gratuitos Obligatorios	Contiene los segmentos que, según especifica la LRSRT en su artículo 10, el Estado puede difundir gratuitamente a través de los servicios de radio y televisión, entre los que se incluyen las alocuciones oficiales –previstas en la Ley Orgánica de Telecomunicaciones-, así como los mensajes culturales, educativos, informativos o preventivos de servicio público.	P	R
Segmentos Auto referenciales	Se refieren a las promociones que realiza la televisora sobre sí misma o sobre ciertos programas de su repertorio.	P	R
Himno Nacional	Pieza audiovisual que contiene la letra y música del Himno Nacional, que debe ser transmitida por todos los prestadores de servicios de radio y televisión, cuya difusión y recepción de imágenes o sonidos tenga lugar dentro del Territorio de la República Bolivariana de Venezuela, de acuerdo a lo establecido en el artículo 4º de la LRSRT.	P	R

CATEGORÍA B: NOMBRE DEL SEGMENTO

P	R
---	---

Varía según la identificación que tenga el componente de la programación que se esté transmitiendo

CATEGORÍA C: HORA DE TRANSMISIÓN

P	R
---	---

Se refiere al momento de inicio y finalización del programa, el cual será reflejado en horas, minutos y segundos.

Inicio	Se refiere a la hora, minuto y segundo en que se inició la transmisión del componente de la programación.	P	R
Final	Se refiere a la hora, minuto y segundo en que finalizó la transmisión del componente de la programación.	P	R

CATEGORÍA D: DURACIÓN

P	R
---	---

La duración es el tiempo que permanece al aire un determinado componente de la programación.

Ficha de Programas

CATEGORÍA A: NOMBRE DEL SEGMENTO

P	R
---	---

Varía según la identificación que tenga el componente de la programación que se esté transmitiendo. Se trata de la denominación que permite identificar y diferenciar un programa de otro

CATEGORÍA B: DURACIÓN

P	R
---	---

Se refiere al tiempo que permanece al aire un determinado programa. Como esta categoría se refiere exclusivamente a los programas, no se contabilizarán los tiempos destinados a publicidad, propaganda, segmentos auto referenciales, espacios gratuitos obligatorios e Himno Nacional.

CATEGORÍA C: BANDAS HORARIAS

P	R
---	---

Cada uno de los días a estudiar será dividido en bandas horarias, lo que permitirá conocer, cuando se realice la comparación entre los dos períodos de estudio, cuáles han sido las variaciones en la distribución de los distintos espacios en la parrilla de programación, considerando que la ley establece restricciones de horario según los públicos a los que se dirigen los programas.

Mañana	Banda horaria comprendida entre las 5:00 a.m. y las 11:59 a.m.	P	R
Tarde	Banda horaria comprendida entre las 12:00 p.m. y las 6:59 p.m.	P	R
Noche	Banda horaria comprendida entre las 7:00 p.m. y las 11:59 p.m.	P	R

CATEGORÍA D: PÚBLICO DESTINO

P	R
---	---

El público destino es la audiencia a la que va dirigida el programa

Adultos	Personas mayores de 18 años de edad.	P	R
Niños, niñas y adolescentes	Menores de 18 años de edad.	P	R
Niños y niñas	Menores de 12 años de edad.	P	R
Adolescentes	Personas con edades comprendidas entre los 12 y los 17 años.	P	R

CATEGORÍA E: ORIGEN

P	R
---	---

Se refiere a la procedencia de los programas que se transmiten en la televisora.

Producción Nacional	Son los programas realizados por la propia televisora, “en cuya creación, dirección, producción y postproducción se pueda evidenciar (...) la presencia de capital venezolano, locaciones	P	R
---------------------	---	---	---

	venezolanas, guiones venezolanos, autores o autoras venezolanas, directores o directoras venezolanos, personal artístico venezolano, personal técnico venezolano y valores de la cultura venezolana”, de acuerdo al artículo 13 de la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión (2004).		
Producción Nacional Independiente	Son los programas realizados por productores nacionales independientes. Abarca a todas aquellas producciones audiovisuales en cuya creación, dirección, producción y postproducción hayan intervenido personas naturales o jurídicas identificadas como productoras o productores nacionales independientes e inscritos en el registro que llevará la Comisión Nacional de Telecomunicaciones (LRSRT, 2004).	P	R
Producción Extranjera	Se refiere a los programas cuya creación, dirección, producción y postproducción se realiza en el exterior del país y que son adquiridos por las televisoras a través de alianzas estratégicas o por la compra del material audiovisual.	P	R
Coproducción	Son los programas cuya creación, dirección, producción y postproducción se efectúa de manera conjunta entre venezolanos y personas que laboran en el exterior del país.	P	R

CATEGORÍA F: FUNCIÓN

P	R
---	---

Objetivo que persigue el programa

Informar	Difundir información de interés público sobre personas o acontecimientos locales, nacionales e internacionales.	P	R
Educar	Se refiere a la difusión de mensajes que tengan como objetivo la formación integral de los individuos	P	R
Entretener	Se refiere a todos aquellos contenidos que proporcionan diversión a las personas y sirven para el esparcimiento	P	R
Opinar	Cuando los mensajes difundidos tienen por objeto dar a conocer pensamientos, ideas, opiniones, criterios o juicios de valor sobre personas, instituciones públicas o privadas, temas o acontecimientos locales, nacionales e internacionales	P	R

CATEGORÍA G: GÉNEROS

P	R
---	---

Clasificación de los programas

<u>Género informativo y de opinión</u> Reseña noticias u opiniones, nacionales o internacionales, en torno a un acontecimiento de actualidad y suele presentar en pantalla a los actores, lugares, situaciones y consecuencias del hecho noticioso. Este género se puede clasificar de la siguiente manera:	P	R
--	---	---

A. Entrevista	Espacio televisivo en el que un periodista interpela a su invitado para que éste exprese sus opiniones o posiciones sobre temas de interés público o sobre su propia vida.	P	R
B. Foro	Intercambio de opiniones entre varios actores en torno a un tema específico, con un moderador que coordina la participación entre los distintos invitados y, en ocasiones, la participación del público televidente que interactúa mediante llamadas telefónicas. Puede combinarse con la presentación de informaciones de actualidad que sirvan para contextualizar el tema abordado.	P	R
C. Noticiero	Programa destinado a la entrega de información de actualidad, referida al acontecer nacional o internacional, que se caracteriza por ser producido diariamente y ser conducido por uno o varios locutores en estudio. (Alvaray, Arenas y Tkachenko, 1992, p. 67).	P	R
D. Reportaje	Aborda en profundidad un tema de actualidad, en el que se trata de mostrar la opinión de diversos actores sobre ese determinado hecho o acontecimiento.	P	R
E. Análisis	Programa basado en la interpretación de uno o varios periodistas, apoyado en las opiniones de especialistas, sobre las informaciones de mayor interés, con el fin de brindar herramientas al televidente para colocar las noticias en su contexto.	P	R

F.Informaciones de la prensa	Programas basados en la lectura de la prensa nacional e internacional. Se trata de un abreboca de las principales informaciones que reseñan los medios impresos.	P	R
G.Revista informativa	Espacio televisivo que intenta simular a una revista sobre temas de actualidad, que puede incluir noticias provenientes tanto del propio canal como de la prensa escrita y de Internet, pero que a su vez incorpora entrevistas y segmentos destinados a informar, comentar y opinar sobre hechos de gran relevancia en el ámbito nacional, internacional, deportivo, económico y del mundo de la farándula.	P	R
H.Flash informativo	Segmentos que pueden interrumpir la transmisión de un determinado programa, a fin de informar sobre un hecho que está ocurriendo en el momento o que por su importancia debe darse a conocer con la mayor prontitud posible al público televidente.	P	R
I.Resúmenes informativos	Se trata de programas que hacen una síntesis de las noticias más importantes del día o la semana.	P	R
J. Recordatorios	Piezas audiovisuales de corta duración, caracterizadas por la ausencia de la narración del periodista, en donde se reproducen hechos o declaraciones que pueden dejar en entredicho a determinados personajes de la esfera política, económica o social. Generalmente reflejan la postura editorial del medio responsable de la edición del material audiovisual.	P	R

<u>Género Magazín</u> Son los programas de diverso formato que se caracterizan por el uso de lenguaje coloquial y por tratar distintos aspectos de la vida. Como en el caso de las revistas especializadas, pueden destinarse a públicos específicos (femeninos, infantiles, entre otros). Dentro de este género se ubican:		P	R
A. Consejos	Ofrece recomendaciones sobre temáticas variadas (cocina, decoración, moda, jardinería, consejos médicos, psicológicos, legales, religiosos, enseñanzas para los niños, entre otros) (Alvaray, Arenas y Tkachenko, 1992, p. 67).	P	R
B. Magazín Cultural	Intercala informaciones de interés general, sobre la alta cultura y los espectáculos, con entrevistas y videos relativos a esta temática.	P	R
C. Magazín Científico	Programa en el que se abordan de forma ligera temas de actualidad sobre las nuevas tecnologías, la ciencia y la informática.	P	R
C. Magazín Deportivo	Combina informaciones breves sobre la actualidad deportiva, con reseñas históricas sobre el deporte nacional o internacional y entrevistas a personalidades.	P	R

<u>Género Espectáculo</u> Programas que tienen por objeto proporcionar entretenimiento o diversión y en los que generalmente se exponen destrezas o habilidades físicas, intelectuales o expresivas de los participantes. Se divide en las siguientes categorías:		P	R
A. Deportes	Segmento destinado a la transmisión global o parcial de eventos deportivos en cualquiera de sus manifestaciones.	P	R
B. Actos cómicos	Programas destinados a la comedia.	P	R

<u>Género Documental</u> Son aquellas obras de soporte narrativo audiovisual que ofrecen información sobre alguna realidad, poniendo en contexto sus circunstancias, antecedentes y consecuencias (Alvaray, Arenas y Tkachenko, 1992, p. 67, 68). Hacen énfasis en una determinada perspectiva, por eso pueden encontrarse documentales históricos, geográficos, científicos o sobre el mundo de la cultura.		P	R
---	--	---	---

ANEXO E

**Recomendaciones y cambios sugeridos por los expertos con respecto a las fichas
de recolección de datos**

RECOMENDACIONES DE LOS EXPERTOS

Las consideraciones del profesor **Jorge Ezenarro** con respecto a los instrumentos de análisis diseñados para la investigación fueron las siguientes:

Ficha de estructura de programación

- En la categoría A, denominada “tipo de componente”, recomendó cambiar el nombre del indicador “publicidad” por “segmento publicitario”. De igual forma, aconsejó que la definición debía incluir la siguiente frase: “pieza audiovisual que tiene como finalidad ofrecer un producto o servicio”.
- Consideró que en la definición de la categoría D, denominada “duración”, debería quedar de la siguiente forma: “La duración es el tiempo que permanece al aire un determinado componente de la programación, el cual se contabilizará en horas, minutos y segundos”.
- En cuanto a las demás categorías, aseguró que todas eran pertinentes y que su redacción era adecuada.

Ficha de programas

- En la categoría B, referida a la “duración”, el profesor aconsejó incluir en la definición que la medición se realizará en horas, minutos y segundos.
- Con respecto a la categoría D, denominada “público destino”, aconsejó encontrar parámetros claros para definir con exactitud el rango de edades en el que se ubica la niñez o la adolescencia.
- Sobre la categoría F, referida a la “función” u objetivo que persigue el programa, recomendó que al momento de realizar la medición no se considerara como un categoría de opción múltiple, sino que por el contrario se seleccionara únicamente

la opción que predominó. Por esa razón, propuso cambiar las definiciones de los indicadores de la forma que aparece a continuación:

- Informar: predomina la intención de difundir información de interés público sobre personas o acontecimientos locales, nacionales e internacionales.
 - Educar: predomina el interés de difundir mensajes que tengan como objetivo la formación integral de los individuos.
 - Entretener: predomina el interés por difundir mensajes que proporcionen diversión a las personas y sirvan para el esparcimiento.
 - Opinar: en los mensajes difundidos, predomina la intención de dar a conocer pensamientos, ideas, opiniones, criterios o juicios de valor sobre personas, instituciones públicas o privadas, temas o acontecimientos locales, nacionales o internacionales.
- En la categoría G, también conocida como “géneros”, recomendó cambiar el nombre de “magazín científico” por “magazín tecnológico”.

Por otra parte, el profesor **Carlos Eduardo Ramírez** consideró que era pertinente realizar las siguientes modificaciones:

Ficha de estructura de programación

- En la categoría A (Tipo de componente), Ramírez recomendó cambiar la redacción del indicador “Programa” de la siguiente manera: “Como explican Alvaray, Arenas y Tkachenko, el programa es la unidad básica del repertorio programático y puede ser estudiado como una estructura autónoma e independiente o como una estructura dentro de otra superior denominada programación”. Recomendó eliminar la cita textual que reza: “En este sentido no puede desvincularse del contexto en el que está inserto, de la emisión que lo antecede y la que se presentará luego, así como los cortes a los que estará

sometido dentro de la dinámica programática” (Alvaray, Arenas y Tkachenko,1992, p.28). A su criterio, la frase “no puede desvincularse del contexto en que está inserto” se presta a confusión, porque pareciera que el programa no puede ser estudiado como una pieza independiente.

Con respecto a los “Espacios Gratuitos Obligatorios”, Ramírez recomendó dejar este indicador únicamente para los mensajes culturales, educativos, informativos o preventivos de servicio público, contemplados en el artículo 10 de la LRSRT y crear un indicador adicional denominado “Alocuciones oficiales”, para la otra modalidad de espacios gratuitos obligatorios contemplados en el artículo 10 numeral 1.

Sobre los Segmentos Auto Referenciales sugirió que la definición del indicador quedara de la siguiente manera: “Se refieren a las promociones que realiza la televisora sobre sí misma o sobre su oferta de programación”.

- Acerca de las otras categorías aseguró que todas eran pertinentes y que su redacción era adecuada.

Ficha de programas

- En la Categoría D, referida al público destino, dijo que las definiciones de “niños y niñas” y “adolescentes” podían sostenerse, siempre y cuando su definición se basara en la Ley Orgánica para la Protección de Niños, Niñas y Adolescentes (Lopna).
- En la categoría G, indicador “Género Informativo y de Opinión”, expresó que la definición de “Noticiero” debía quedar de la siguiente manera: “Programa destinado a la entrega de información de actualidad, referida al acontecer nacional o internacional, conducido por uno o varios presentadores, que se caracteriza por jerarquizar las noticias según su importancia y clasificarlas en secciones”.

Por otra parte, “Análisis” debe definirse, a su juicio, como se especifica a continuación: “Programa basado en la interpretación de uno o varios periodistas,

apoyados en las opiniones de especialistas, sobre aspectos relevantes de un tema determinado, con el fin de brindar herramientas al televidente para colocar las noticias en su contexto”.

Ramírez sugirió cambiar el nombre de “Flash informativo” y poner en su lugar “Avance informativo”.

En cuanto a los “Recordatorios”, aconsejó cambiar su nombre por “Clip de noticias”. Recomendó que la definición quedara como sigue: “piezas audiovisuales de corta duración, caracterizadas por la ausencia de la narración del periodista, en donde se reproducen hechos o declaraciones de personajes de la esfera política, económica o social. Pueden reflejar la postura editorial del medio responsable de la selección del segmento audiovisual”.

Con respecto al “Género Magazín”, aconsejó acomodar la definición de la siguiente manera: “Son los programas de diverso formato que se caracterizan por el uso de lenguaje coloquial en el tratamiento de distintos aspectos de la vida. Como en el caso de las revistas especializadas, pueden destinarse a públicos específicos (femeninos, infantiles, entre otros)”.

Propuso además modificar la definición de “Magazín Cultural” como se especifica: “Intercala informaciones de interés general sobre cultura y espectáculos, con entrevistas y videos relativos a esta temática”. En cuanto al nombre “Magazín Científico” propuso cambiarlo por “Magazín Tecnológico”.

Por último, aconsejó utilizar el nombre “Genero de entretenimiento”, en lugar de “Genero espectáculo” y usar el término “Comedia” en vez de “Actos Cómicos”.

ANEXO F

Entrevista a Carlos Alberto Zuloaga, gerente de Operaciones de Globovisión

ENTREVISTA A CARLOS ZULOAGA
GERENTE DE OPERACIONES DE GLOBOVISIÓN

—Dado que Globovisión es un medio especializado en noticias, ¿qué transformaciones se han producido en la programación del canal a consecuencia de las disposiciones de la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión que obligan a incluir segmentos destinados a niños, niñas y adolescentes?

—Hemos tenido que darle la vuelta al tema para tratar de no salir de aquello que es nuestra razón de ser: informar. De ahí nacen nuestras *Emisiones Juveniles Noticias Globovisión*, en las que hay adolescentes narrando noticias. Para estos segmentos buscamos noticias más ligeras —hacia deportes— y así hemos logrado cumplir con esa parte de la ley. Sin embargo, siento que esta obligación es aberrante, porque si uno quiere ver programación para niños, para eso hay canales; mientras que si lo que quieres es informarte, para eso existen otros canales. Nos ha pasado mucho que en ese horario ocurre un evento y entonces ves a un adolescente de la Emisión Juvenil darle un pase a José Vicente Antoneti, quien se encuentra en el Tribunal Supremo de Justicia. Esto no debería ser, pero nosotros no podemos dejar de informar.

—¿Cómo han manejado las restricciones horarias que impone la ley?

—En las restricciones de horario lo hemos visto es que cuando ocurren manifestaciones o hechos violentos no podemos transmitir nada hasta después de las siete de la noche, o muchas veces, hasta después de las once de la noche. La ley te pone gran restricción en todo lo que es violencia, entonces, cuando lees las explicaciones específicas, todas son muy vagas; todo puede ser violencia. Esto nos ha llevado mucho a la autocensura, porque a veces tienes un material y debes llamar hasta a los abogados para que lo evalúen. Muchas veces uno termina autocensurándose porque sigue con la interrogante, ¿esto será violencia? Lo bueno es que cuando el hecho ocurre en vivo sí se puede transmitir.

—**¿Qué aspectos positivos encuentra usted en la normativa?**

—La ley vino a formalizar la producción nacional independiente. En el canal había programas que trabajaban con cierta libertad, sin embargo no eran considerados independientes porque la figura como tal no existía.

—**¿Quiénes conforman la junta directiva del canal?**

—La junta directiva está conformada por Guillermo Zuloaga, quien siempre ha sido el presidente de Globovisión; Alberto Federico Ravell, director general del canal; María Fernanda Flores, vicepresidenta ejecutiva; Nelson Mezerhane, quien es accionista; y también por mi persona.

—**¿Cómo definiría la política editorial de Globovisión?**

—Defender la democracia y los valores de la libertad es lo que nosotros hacemos diariamente. Nosotros informamos lo que ocurre y llevamos con inmediatez y veracidad las informaciones de Venezuela y el mundo. Somos un canal 24 horas de información, que por naturaleza es crítico, crítico del gobierno.

—**¿Cuáles han sido las consecuencias de esa postura crítica?**

—Una gran limitante, una gran presión del gobierno, es no dejarnos crecer, es no dejarnos hacer nuestro trabajo, que es informar. No tenemos acceso a las fuentes del gobierno. Hay pautas oficiales a las que no nos dejan entrar.

—**¿Qué sucedió con las frecuencias que habían sido reservadas a su favor y que permitirían ampliar la cobertura del canal en señal abierta?**

—A nosotros el Estado nos asignó una cantidad de frecuencias en un momento dado. Unas eran para crecer en todo lo que era Guarenas- Guatire y teníamos otra reservada en Maracay. Sin embargo, Conatel nunca nos dio permiso para explotar esas frecuencias. Así que posteriormente nos las quitaron, argumentando que nosotros no las estábamos utilizando.

ANEXO G

Entrevista a Ana Cristina Núñez, consultora jurídica de Globovisión

ENTREVISTA A ANA CRISTINA NÚÑEZ
CONSULTORA JURÍDICA DE GLOBOVISIÓN

—¿Cómo se estructura jurídicamente Globovisión? ¿Quiénes son sus accionistas?

—Globovisión es una empresa de capital ciento por ciento privado, creada por venezolanos, que tiene aproximadamente 13 años al aire. Los accionistas son Guillermo Zuloaga, Alberto Ravell, Nelson Mezerhane y los herederos del difunto Luis Teófilo Núñez. En ellos surgió la idea de crear en Venezuela un canal segmentado, temático en información y noticias. El sueño original fue que el país tuviese una televisora dedicada 24 horas al día a la información, al estilo de CNN, siguiendo la tendencia mundial de la segmentación de la televisión.

—¿Por qué a veces se refieren al canal como Corpomedios GV Inversiones C.A. y otras como Globovisión Tele C.A?

—Globovisión es una organización integrada por dos empresas. Corpomedios GV Inversiones C.A fue la compañía que recibió la concesión por parte del Estado, pero la que realmente explota el negocio es Globovisión Tele C.A.

—¿Cuál es su percepción con respecto a la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión?

—Nosotros consideramos que esta norma es inconstitucional, que forma parte de una arremetida del Estado contra la libertad de expresión. Por eso, cuando se aprobó la ley, introducimos un recurso de nulidad por institucionalidad ante el Tribunal Supremo de Justicia. La ley ha tenido un impacto muy negativo en Venezuela. Creo que uno de sus efectos ha sido la disminución inmediata de los programas de opinión, porque a través de este mecanismo jurídico el Estado está facultado para aplicar

sanciones gravísimas a las televisoras, que optan por censurarse y no correr el riesgo de ser sancionadas.

—¿Cómo afectó la aplicación de esta normativa a Globovisión, considerando que se trata de un medio especializado en información?

—Globovisión decidió acatar la ley y para lograrlo se hicieron innumerables cambios. Se incluyó programación infantil, a pesar de su efecto en un canal como Globovisión, evidentemente enfocado a un público adulto. Hemos tratado de cumplir con la norma en forma original, pero evidentemente somos un canal de noticias y los programas orientados a este tipo de público van en contra de su filosofía. Un canal de noticias tiene un contenido difícilmente apto para un público joven o infantil.

Quizás lo más grave para mí es que la ley generó un enorme temor en el periodista, quien en ocasiones desconoce si lo que hace o dice puede violar la ley. Las prohibiciones son tan amplias y tan genéricas que no sabes si estás violando o no la normativa. La ley prohíbe las aproximaciones eróticas, pero si sacas una propaganda con gente en una cama, muchas veces no estás segura de si existe un incumplimiento. Así pasa con la violencia, cuyas definiciones son tan genéricas que han generado autocensura. El periodista de Globovisión y de cualquier otro medio está constantemente dudando de la cobertura que puede dar a una información.

—¿Qué aspectos positivos ha tenido el instrumento jurídico?

—Creo que es válido que el Estado se preocupe por los contenidos que llegan a los niños y de que hayan ciertas informaciones que no puedan aparecer en un horario donde tradicionalmente los jóvenes ven televisión. Sin embargo, pienso que esa preocupación no fue la que motivó la aparición de la ley. No creo que esa legislación haya tenido algún aspecto positivo, porque el daño que ha hecho es tan grande, que lo poco positivo que puede tener queda realmente discriminado.

ANEXO H

Entrevista a Edith Ruiz, gerente de Relaciones Institucionales de Globovisión

ENTREVISTA A EDITH RUIZ

GERENTE DE RELACIONES INSTITUCIONALES DE GLOBOVISIÓN

—¿En dónde se conserva el material audiovisual?

—El archivo se encuentra en las instalaciones del canal. Se trata de un archivo histórico, que contiene el material que consideramos más importante, clasificado por año y noticia. A pesar de que el canal es bastante joven —está por cumplir 14 años—, ha logrado recabar el material histórico de la Venezuela contemporánea.

—¿Cómo selecciona la información que se almacena en el archivo?

—Ahí se guardan las noticias más importantes, los trabajos de investigación o los programas de opinión del canal que realmente han sido relevantes. Una parte de esa información se guarda en una computadora, pero hay otra que se va evaluando cada tres meses y si vemos que el material no tiene relevancia o es una noticia que no ha tenido segundo o tercer día, se descarta.

—¿Cuántos empleados tiene la empresa?

—Existen aproximadamente 372 empleados, sin incluir a los gerentes y directivos del canal. Los redactores y los productores están mezclados. Entonces es muy difícil precisar el número exacto de trabajadores, por ejemplo, del departamento de prensa. La gran ventaja de este canal es que aquí todo el mundo hace de todo. Un redactor de repente te puede hacer de reportero o de productor de un programa, porque la misma dinámica te exige que sepas de todo. No ocurre como en los canales americanos, en los que si eres productor, no puedes redactar; o si eres reportero, no puedes ser redactor. Esos 372 empleados también incluyen al personal técnico, integrado por los camarógrafos, los lunitos, los editores y los escenógrafos.