

**Venezolana de Televisión (VTV)**

# La nueva política de la televisión pública del Estado venezolano

UN ANÁLISIS MORFOLÓGICO DE SU PROGRAMACIÓN<sup>1</sup>

Vale la pena retomar el debate sobre la televisión pública, que ya cumple una trayectoria de medio siglo. Sobre todo con énfasis en las décadas recientes, cuando la televisión pública viene ganando un estimable espacio social y cumpliendo un rol extraordinario en la difusión de saberes y conocimientos que, al cabo, son las bases para la equidad social.

Sin embargo, aún es confusa la línea que separa al perfil que debe tener la televisión pública, de la necesaria función reguladora del Estado. Buena parte de esa historia se encuentra bien representada en las experiencias co-

mo la de la *BBC* inglesa, la de *Public Broadcasting System (PBS)* norteamericana, o de la experiencia italiana, donde la televisión pública se encuentra totalmente “desgubernamentalizada”, e igual tendencia parece ocurrir con los canales de *TVE 1* y *2* españoles.

Parece observarse una tendencia generalizada que consiste en que la televisión pública se institucionalice como un ente representativo, plural y con la filosofía del servicio público, que evoluciona desde la práctica de la televisión pública como “extensión” de los medios de información y publicidad de los gobiernos.

Bernardino **Herrera León**

Profesor investigador del Instituto de Investigación de la Comunicación (ININCO), de la Facultad de Humanidades y Educación de la Universidad Central de Venezuela. Licenciado, magíster y doctorando en Historia, responsable de la línea de investigación Historia de la comunicación y otras áreas tales como Publicidad, Educomunicación, Comunicación en Integración y Comunicación ciudadanía y gobernabilidad. Docente en las escuelas de Artes, Comunicación Social e Historia. E-Mail: herreraab@ucv.ve

El debate debe reabrirse justo cuando ya se supera el mundo bipolar de la Guerra Fría y cuando el tema de la gobernabilidad, representatividad y participación ciudadana en los sistemas políticos se hace cada vez más relevante e imprescindible a los sistemas políticos abiertos.

Pero, al contrario de esta tendencia universal de la televisión pública, particularmente en los países de sistemas abiertos o democráticos, el caso venezolano de *Venezolana de Televisión* (en adelante *VTV*), demuestra un retorno al pasado por el exceso gubernamentalista, y peor aún, monopartidista del canal del Estado. Un secuestro político de tan inestimable recurso público. En efecto, *VTV* ha cambiado radicalmente con la actual administración gubernamental. Jamás gobierno alguno había utilizado de manera tan intensa el canal público para el uso propagandístico y “adoctrinante” (en el sentido más literal del término) de su ideario político.

La toma-muestra que se expone en este artículo pone en evidencia que la mitad de su programación es ocupada por noticias, avances de noticias y “programas de opinión” de un corte propagandístico. Pero además, la propaganda es abrumadoramente gubernamental, mientras que la promoción de estos tales programas informativos y de opinión capturan una cuarta parte del tiempo total, dejando apenas un 25% restante para la programación de los géneros clásicos de la TV “generalista”, incluyendo el

tiempo de publicidad comercial y las “alocuciones oficiales”, estas últimas repitiéndose muchas veces, luego de haber sido transmitidas en cadena nacional.

Desde su creación y antes de 1984, *VTV* fue un canal público de corte cultural y educativo, con financiamiento exclusivo del erario público. Pero aquel año la crisis fiscal ocasionada por la caída de los precios del petróleo de 1982 impactó sobre el canal, que comenzó a acusar desgaste y obsolescencia por los severos ajustes presupuestarios. Aún así, *VTV* aportó toda una escuela de experiencias a la televisión venezolana, con paradigmas programáticos en los géneros informativos, educativos y argumentales.

Después de 1984, al gobierno no le quedó otra alternativa que permitir al canal vender espacios publicitarios, para compartir el financiamiento de su presupuesto. El plan implicaba marchar progresivamente hacia su autofinanciamiento, y reducir así la responsabilidad del erario público en su funcionamiento.

No por ello *VTV* dejó de cumplir su función de canal público y allí su principal desventaja en el plan de autofinanciamiento. En adelante, el canal se vio obligado a competir con los canales privados. Y para competir con los privados debía parecerse a ellos, sin dejar de cumplir su rol de servicio público. Pero en la práctica, *VTV* se vio en la dificultad de cumplir con el concepto de canal público, al mismo tiempo que debía competir con los

canales comerciales en condiciones muy desventajosas, toda vez que carecía de una inversión inicial que le permitiera atraer anunciantes.

Pero no fue éste su único problema. El uso discrecional que hacían los gobiernos de turno del canal del Estado desestimuló a sectores universitarios e intelectuales y a grupos civiles y políticos a presionar en el sentido de recuperar la condición pública del canal. Un debate en la Comisión de Comunicación del Congreso Nacional (hoy Asamblea Nacional), en 1994, tocó el tema del canal del Estado, ocasión donde se presentó la propuesta de ley para una televisión de servicio público “desgubernamentalizado” por parte de Comité por una Radio y Televisión de Servicio Público (RTSP) y el ININCO entre otros, pero sin mayores resultados más que el referente de un debate público iniciado en el parlamento.

La crisis presupuestaria también impactó sobre el otro canal público de cobertura nacional, el *Canal 5*, de corte totalmente educativo. Finalmente, pasó a ser parte de *VTV*, para ser transferida su señal en 1998 a un canal privado, *VALE TV*, también de corte educativo. Aunque esta transferencia generó airadas protestas de parte de sectores académicos, toda vez que representaba una transferencia del sector público al sector privado, la señal del 5 volvió a su función educativa, y se ha salvado de la acción depredadora de medios de la actual administración gubernamental.

Con el ascenso del actual gobierno, a partir de 1999, el canal ha sido progresivamente utilizado, y con mayor énfasis que en administraciones gubernamentales<sup>2</sup>, como una herramienta de propaganda gubernamental en el escenario de cambios y conflictos políticos que han sacudido a la sociedad venezolana en los últimos tres años. Hasta que, actualmente, el canal ha dejado de ser el tradicional multigénero para convertirse en un canal casi exclusivamente informativo, de un “tipo” de noticias que puede calificarse de “oficiales”, y ello sin mediar declaración formal que haga constar que el canal ha dejado de ser generalista, para pasar a ser canal “especializado” o “temático”, como lo es de facto. Bastó con un simple análisis morfológico de la programación de VTV para demostrar esta afirmación, de eso trata el punto de este artículo.

### **Algunos aspectos relevantes sobre la televisión abierta**

Desde sus inicios, la televisión se constituye como una oferta de entretenimiento de multigéneros, y de allí la extendida idea según la cual este medio cumple un rol de “informar, educar y entretener”. Este criterio se ha mantenido gracias a la presión de los grupos intelectuales y de algunos grupos políticos, sobre todo en los Estados Unidos, quienes advertían acerca del inmenso poder de la televisión, cuando apenas ésta comenzaba su vida social en los años 1950. Asignar a la televisión “funciones” sociales determinó, en alguna medida, su condición de multigéneros, o generalista. Si bien con el nacimiento del medio

ya habían surgido experiencias de canales de TV “especializados” o “temáticos” (este último término es usado a propósito del debate sobre la “ley de contenidos” en la Asamblea Nacional), ésta se impuso considerablemente en el primer medio siglo de TV, a través de la TV por suscripción, y cada vez, gana más terreno en la TV abierta.

Otros debates académicos, intelectuales y políticos sobre la TV se centraron en aspectos que, aún hoy, siguen siendo cruciales. Por ejemplo el régimen de propiedad. Aunque todos los estados se reservaron la propiedad y administración de las frecuencias, se impuso el sistema mixto<sup>3</sup>, es decir, la combinación de canales públicos y de canales privados, éstos con frecuencias revocables, otorgadas a empresas de medios. Sólo en los regímenes totalitarios, los medios son monopolizados por los gobiernos, como lo fue en el caso de la extinta Unión Soviética, y como hoy son los casos de Cuba y de un puñado de países islámicos. En todo caso, fue así como se consolidaron los conceptos de TV abierta: a través de la TV pública y TV privada.

### **La amada-odiada TV privada**

La TV privada no tiene mayores

inconvenientes con su proceso de consolidación. Vive de la publicidad y la mayoría de sus canales son de tipo generalista, o de multigéneros, en su afán de buscar a todo tipo de públicos. La aparición de la TV privada asumida como una empresa, su obligada dependencia de la publicidad y la incansable búsqueda cuantitativa de público, le ha granjeado una permanente presión de críticas y repudios, que en ocasiones ha sido intensa, casos que son aprovechados por algunos gobiernos para imponer restricciones reglamentarias que les permitan controlarla y hacerla más dócil, sin pagar por ello alto costo político de pérdida de popularidad en sus electorados. Por lo general, la experiencia de restringir la publicidad de licores y tabacos en la televisión no tuvo mucha resistencia, al menos abierta. Para entonces, el mundo de los anunciantes publicitarios era suficiente como para prescindir de estos dos poderosos sectores, y por el contrario, otros sectores mediáticos que entre los años 60 y 80 se fueron estableciendo por todo el mundo, se beneficiaron de esta medida. En Venezuela, la prohibición de publicidad en televisión y radio de licores y cigarrillos se decreta en noviembre de 2004 (Decreto N° 849).

**Asignar a la televisión “funciones” sociales determinó, en alguna medida, su condición de multigéneros, o generalista.**

## Bernardino Herrera León

### La nueva política de la televisión pública del Estado venezolano

La TV logra su desarrollo en los años 60, cuando el satélite y la videocinta le permiten salir del estudio y las severas restricciones de los programas en vivo. Ese es, justo, el momento histórico de la Guerra Fría, es decir, un escenario maniqueísta, sesgado con el debate bipolar que dividió al mundo en capitalista y comunista. En este ambiente transcurrieron las discusiones más destacadas acerca del “deber ser” de la TV, tanto privada como pública. Y muy poco debate fuera de este ambiente asfixiante que todo lo contaminaba: si criticabas el mercado, entonces estabas con el bando comunista, si criticabas el estatismo, entonces estabas con el capitalismo.

La caída del Muro de Berlín marca la superación de aquel escenario maniqueo, sobreviniendo primero un período de cansancio y agotamiento del debate comunicacional, y segundo, un nuevo lapso de discusión tan rica como la que ocurre entre las décadas del 40 y 50, cuando se acuñan conceptos como “responsabilidad social de los medios de comunicación” y sobre donde presionar hacia un nuevo orden libre, transparente, equilibrado y plural para la comunicación, que tanto defendieran experiencias institucionales como el Informe McBride de la UNESCO.

Con mayor o menor severidad, la televisión privada ha estado sometida a reglamentación desde sus comienzos, en todos los países del “lado occidental”, incluida Venezuela, donde por cierto han sido estrictas las restriccio-

nes establecidas en leyes y reglamentos.

Gobiernos y medios de comunicación han tenido, desde los más remotos tiempos de la aparición de la imprenta, una permanente relación conflictiva: los gobiernos abogando por imponer restricciones, los medios (libros, prensa, telégrafo, teléfono, radio, cine, TV) por escapar de ellas, presionando por su abolición o simplemente ignorándolas.

En el caso venezolano, la tensión gobierno-canales privados de televisión fue de baja intensidad durante los años de “luna de miel” de la democracia venezolana, léase décadas del 60 y 70, toda vez que los pocos canales existentes se alinearon con el “bando capitalista” de la Guerra Fría. Para ello, se requería un permanente apoyo a la institucionalidad democrática, representada en esos momentos por el bipartidismo, frente a los peligros del comunismo y la insurgencia guerrillera de los años posteriores al efecto Revolución Cubana. En esos tiempos, los canales de televisión se molestaban en incluir en su programación campañas propagandísticas de tipo anticomunista. Ya en los 70, la preocupación del anticomunismo cede a la euforia de la riqueza petrolera. No obstante, en la década del 80, la relación gobierno-TV privada comenzó a cambiar y a tornarse conflictiva. Desaparecido el peligro comunista, los medios comenzaron a cumplir la función básica para la que nacieron: criticar el ejercicio del poder. La tensión ya fue muy

visible en la década del 90.

Esta última afirmación no resta importancia a otra diatriba histórica en el interior de los medios. Se trata de la tensión entre los dueños y los profesionales de los medios (periodistas, guionistas, productores, artistas, entre otros que contribuyen a generar los contenidos de la TV). Al respecto, los profesionales han venido ganando terreno. Los propietarios han visto reducir su papel en el medio al de “empresario”, y como tal, a procurar que su empresa cumpla con sus expectativas de inversión. Los profesionales, a cumplir con el papel de ofrecer contenidos con los mejores rendimientos financieros, artísticos, culturales, entre otros. En Brasil, *TV Globo*, empresa productora de medios, se ha destacado por fomentar escritores y guionistas de telenovelas, su género estelar de mayor capacidad exportadora. Ello no sería posible si la empresa no otorgaba un grado de libertad creativa y profesional a sus artistas y escritores. Algo similar ocurre con los departamentos informativos y de noticias de los canales de televisión, donde la injerencia de los profesionales en el diseño, selección de agenda, búsqueda y presentación de la noticia corre, cada vez más, a cuenta del equipo profesional a cargo. Los gremios han venido reclamando espacios importantes en la toma de decisión de los canales de televisión, pero esto no ha sido ni continúa siendo fácil. Todavía resta conquistar mucho en este orden de ideas.

Quizás el primer “pico alto” de la relación gobierno-TV privada, ocurrió en 1994 a propósito de un intento de reforma del artículo 64 sobre libertad de expresión, en el que sólo se agregaba el concepto de “información veraz”. La reacción de los propietarios de medios y otros sectores fue feroz en contra del Congreso Nacional, como entonces se llamaba. A partir de entonces, la tensión gobierno-medios estuvo caracterizada por frecuentes episodios conflictivos. Esa guerra de baja intensidad no declarada la pierde el sistema político, la ganan los medios, pero al costo de ocasionar una profunda crisis de credibilidad en el sistema democrático, crisis que aprovecha el nuevo grupo político que asciende al poder en 1999. Por lo que va de década, la tensión gobierno-medios es ya una constante.

Respecto a su contenido, la TV privada abierta venezolana ha evolucionado en dos modalidades durante la década del 90: una es el modelo de la TV de cobertura nacional, ya con medio siglo de tradición, y otra es la TV de cobertura regional, de más reciente aparición. Por obvias razones de “economía de escala”, entre otros aspectos, las estructuras de programación de ambas modalidades son diferentes, como veremos más adelante en cuadros respectivos.

Esta diferencia en los contenidos de programación en ambas modalidades de televisión privada obedece también a la necesidad que tienen los públicos de contar con alternativas, más allá de las tradicionales conocidas. Al mismo tiempo, la aparición de otras alternativas influye sobre las tradicionales de la TV

nacional. Las nuevas modalidades de programación, como las que proponen los canales de televisión regional, son la consecuencia obligada de sacar provecho de la condición local, ante la abrumadora desventaja competitiva de costos en la programación de los canales de cobertura nacional. Las audiencias siempre agradecerán una nueva opción en el dial de sus televisores, pero además, las regiones pueden apreciar una parte de la programación más acorde y cercana con sus especificidades locales.

Y en efecto, para sobrevivir a la distribución asimétrica de la inversión publicitaria, la TV regional ha echado mano a la creatividad de sus programas en vivo (género de espectáculos) a bajo costo con alusiones constantes al paisaje y las costumbres locales y de los informativos igualmente regionales. Atributos de los que carecen los de cobertura nacional. Y eso lo ha logrado la televisión regional abierta, prácticamente sola, sin ayuda ni asistencia de ningún plan público para el apoyo de la producción de contenidos que enriquezcan el horizonte de opciones para las audiencias. Similar fenómeno ocurrirá, probablemente, con la “nueva ola” de la TV comunitaria, cuyo régimen legal es de reciente aprobación.

Es consenso afirmar que el papel del Estado respecto a la televisión pública privada abierta consiste en promover y facilitar la producción de contenidos en todos los géneros para de este modo garantizar la mayor alternativa posible de opciones, la mayor pluralidad, el mayor equilibrio de contenidos. Y esto incluye, ahora, el espectro de los

canales de cobertura nacional, los canales de cobertura regional y los canales comunitarios o de cobertura local, sin distinciones ni privilegios, contenidos por los que siempre se apostará sean coherentes con los principios de valores democráticos, valores de convivencia, de solidaridad, de equidad y en fin de una “ecología ética” que sólo los puede ofrecer la conciencia colectiva nacional.

Las audiencias, por su parte, asumirán su papel de dictaminar la elección de sus alternativas favoritas. Pero la oferta de contenidos específicamente educativos, debe estar a cargo de la televisión pública, no de la privada. Este es justamente uno de los puntos más relevantes en el debate sobre la televisión.

### **El sueño-problema de la TV pública**

La TV pública, al contrario de la privada, nace fundamentada en el enfoque del “servicio público”, según el cual predominan contenidos educativos, sin desmedro de la información y el entretenimiento. Así pues, el “servicio público” se entiende como una actividad de “no-mercado”, pues la mayoría de los canales estatales de televisión se financian con fondos públicos, y en otros casos, con fondos del público con una modalidad parecida a la TV por suscripción. Ello a cambio de que la programación represente una alternativa a la televisión privada.

Por eso, a la programación de la televisión pública se le suele referir como “televisión de calidad”. Algo que nunca se ha definido con precisión, pero que suele anteponerse con mucha

## Bernardino Herrera León

### La nueva política de la televisión pública del Estado venezolano

frecuencia como un referente alternativo a la TV privada, siempre acusada de atiborrarse de la llamada “telebasura”, o calificada de programación de dudosa calidad. Estos referentes conceptuales, con los que se despacha la programación de los canales de televisión, han influenciado considerablemente y por largo tiempo los debates acerca de la programación televisiva. Opino que los conceptos “televisión de calidad” y “telebasura” son verdaderamente inútiles. Sólo sirven para caer en una interminable discusión bizantina acerca de los gustos de cada quien. No conducen sino a un enfoque maniqueo y fundamentalista de la complejidad social, cultural y mental que subyace bajo la programación televisiva, sea cual sea su naturaleza y condición, y niega el hecho de que las audiencias, las diferentes generaciones de audiencias, buscan sus propias opciones, toman y dejan las alternativas de programas que ofertan los medios. El rating se ha convertido en el mecanismo de respuesta automática por excelencia entre la audiencia y la programación televisiva, tocando incluso a la televisión pública, o mejor dicho, de servicio público que se considere como tal, que las preferencias de las audiencias deban ser tomadas en cuenta para planificar la programación. Una condición que no es incompatible con una programación de calidad socioeducativa. Aunque se trate de un bien de servicio público, es cada vez más necesario no perder de vista el criterio

de búsqueda y conexión con las audiencias a la que se quiere llegar.

Ahora bien, en base a criterios de “no-mercado” (al principio ausencia de comerciales y luego obviar criterios del rating para decidir la programación), la TV pública concentró ciertamente las esperanzas de los académicos, de ciertos grupos políticos, sociales y artísticos, quienes siempre han abogado por un sistema de comunicación idílico, donde la cultura, o lo que ellos entienden por cultura, estuviese por encima de la contaminación comercial. Esta esperanzadora utopía se cumplió en alguna medida, y en algunos selectos países. Pero sin excepción, la televisión privada continuó alzándose, capturando la mayor porción de la audiencia. Mientras que la televisión pública apenas lograba cuotas de audiencia, y en muchos casos no siempre cumplió su rol de televisión de servicio público.

Parte del problema estriba en que la administración de la televisión pública cae en la potestad de los gobiernos y, en consecuencia, de la discrecionalidad de los grupos políticos que llegan al poder. Cada uno de esos grupos, siempre en nombre del Estado, claro está, han hecho uso del canal público de televisión para su provecho político, logrando para sí una competencia desproporcionada con respecto a los demás grupos competidores y rivales del resto del espectro político nacional.

Esta realidad, prácticamente inevitable cuando está estableci-

do que el canal del Estado sea administrado por el Poder Ejecutivo, desvirtuó la idea inicial de la televisión pública. Con resultados decepcionantes, sobre todo por las experiencias vividas en los países latinoamericanos, muchos grupos intelectuales y de la sociedad civil han incluido el punto de la “desgubernamentalización” como requisito indispensable para alcanzar el sueño de la televisión pública de servicio público.

Pero esa propuesta trae implícito un gran sacrificio político por parte de los partidos y grupos políticos que compiten por el poder. Quizás la actual experiencia venezolana, que en este ensayo es presentada como el amargo resultado de nuestra televisión pública, sirva para impulsar, en otros países y en mejores tiempos, legislaciones que promuevan un importante cambio institucional, para el futuro de la televisión pública deseada, en términos satisfactorios para todos los sectores de la vida nacional.

#### La TV especializada o temática

El avance de la TV por suscripción -esto es, su mayor inserción en la estructura de la audiencia- ha logrado ir imponiendo los canales especializados o temáticos. Ello se debe a 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. Las

primeras formas de búsqueda de públicos de identificación es una vieja práctica de los medios de comunicación de masas desde la prensa, pues los primeros periódicos surgieron para satisfacer necesidades de las ideas políticas, los grupos y partidos políticos, grupos religiosos, entre otros.

Por su parte, la especialización por género -de allí deriva el nombre de "temático"- es más reciente, y obedece a la necesidad de la mayor especialización que demandan ciertos géneros que se han consolidado en el público. Los primeros géneros en abrir esta especie de nuevo período histórico para la TV abierta fueron los géneros: documental (tipo *National Geographic* y *Discovery*), informativo y deportes. Luego, la TV por suscripción ha consagrado los canales de otros géneros tales como: sólo-cine (y dentro de este género, una gran variedad de subgéneros cinematográficos), sólo-series, sólo-tele novelas.

En Venezuela, desde mediados de los años 90, la TV especializada tiene en canales como *Globovisión*, de cobertura nacional, *Meridiano TV* y *Vale TV* sus más exitosos ejemplos. Exitosos, por cuanto los dos primeros se han consolidado como empresas rentables. El tercero por presentarse como la única alternativa de TV documental educativa de que dispone la audiencia venezolana que no puede pagar la TV por suscripción para acceder a bienes de programación científico-artístico-educativo.

En suma, la televisión abierta cuenta con tres referentes que la ordenan y definen: la privada, la paga y la pública. Este estudio se concentra en el caso de

la televisión pública, más concretamente en el caso de Venezolana de Televisión (VTV, canal 8), prácticamente el único canal estatal sin contar el recientemente salido al aire *Vive TV*, aún muy joven para estudiarlo con método.

El estudio sobre nuestro canal público se limita, fundamentalmente, a un análisis morfológico de su programación, lo cual no impide apuntar algunos comentarios, propios de quien tuvo que observar la totalidad de los programas para establecer la, muchas veces, difícil clasificación.

Pasemos a explicar de modo resumido la metodología de análisis para luego comentar sus resultados.

#### **El análisis morfológico como metodología**

Se define como análisis morfológico a la estructura de forma que compone la programación ordinaria de un canal de televisión. 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.

El análisis morfológico es un buen punto de partida para comenzar un análisis de contenido, pero nunca es un sustituto de este. Ambos análisis son diferentes pero complementarios. El primero identifica un patrón de géneros televisivos que revelan un ser particular de cada ca-

nal mientras que el segundo implica reconocer y clasificar la diversidad de imaginarios, afirmaciones presentes en el discurso oral, escrito, visual o iconográfico de cada unidad de programa. La utilidad del análisis morfológico estriba en que es un instrumento fácil y útil para comparar los canales de televisión entre sí, así como de cada canal consigo mismo en función del tiempo. También permite establecer similitudes y diferencias entre las diferentes "tipologías" de televisión como las que hemos aludido antes. Asimismo, permite realizar el ejercicio académico de una estructura de programación teóricamente ideal.

Sin embargo, por esta misma condición, el análisis morfológico tiene sus limitaciones. La más importante es que el método sólo es válido para la TV generalista, es decir, aquella que ofrece todos los géneros posibles a sus audiencias. En consecuencia, este método no se aplica a los canales de TV especializados (casos venezolanos como *Globovisión*, *Meridiano*, *Vale TV* y *Vive TV*, ésta última de reciente aparición en el aire). Otra limitación, consiste en la homogenización de los géneros que suelen comportar tendencias diversas, por lo que el método no puede observar las diversidades de un mismo género. No obstante estas limitaciones, el método continúa siendo útil y por tanto, justificando su utilización.

Tradicionalmente, en el ININCO se ha usado un modelo de 14 géneros, con sus respectivos subgéneros cuando los tiene. La gran cantidad de géneros obedece al criterio de garantizar la mayor cantidad de reconocimiento de programas y minimizar la limi-

tación última referida en el párrafo anterior. Pero, para este estudio en específico, hemos reducido el modelo a diez géneros televisivos, incluyendo dos nuevos, de reciente aparición en la programación venezolana: uno, los mensajes oficiales, que incluyen desde las transmisiones conjuntas del MIC y programas tipo “Aló Presidente”, los cuales anteriormente sólo aparecían en casos muy específicos y con una frecuencia casi nula.

Y dos, el nuevo género de los programas de envite, azar y esoterismo, los cuales anteriormente se computaban en el género publicitario, pero que ahora, han conquistado sus propios formatos de promoción en miniprogramas de sorteos o en programas donde se estimula al envite y al azar mediante espacios de esoterismo y/o “crecimiento personal”, donde se recomienda jugar de determinadas maneras. Para este caso, obviamos el criterio de “esoterismo” y nos quedamos con los programas de lotería e hípica, que como se aclara, han logrado un “formato” propio en cuanto a la definición de género se refiere.

Considero que con esta simplificación de catorce a diez géneros, el nuevo modelo continúa siendo funcional, al permitir que toda la programación pueda ser contenida, identificada y clasificada con el mismo tenor de anteriores estudios. A un mismo tiempo, estos diez géneros los hemos reagrupado en cuatro conjuntos que corresponden a los criterios de existencia de cada género.

#### **Conjunto de géneros del “ser” del canal**

Los que identifican la nacionali-

dad o regionalidad de planta e informan a la audiencia su oferta de programación:

#### 1. Formalidades del canal

- 1.1 Himno nacional
- 1.2 Identificación del canal
- 1.3 Fallas de transmisión

#### 2. Promoción del canal

Conjunto de géneros de financiamiento del canal

Mediante estos géneros la planta obtiene sus principales fuentes de financiamiento, es decir, con la venta del tiempo legalmente permitido para espacios de publicidad y propaganda u otra modalidad, que no incluye, como es obvio, otras formas de financiamiento que suelen usar los canales, tales como la venta de su propia producción programática. El género de la publicidad se diferencia del género propaganda, en tanto que la primera alude a bienes y servicios comerciales, mientras que el segundo a promoción de ideas, imágenes organizacionales o corporativas, campañas políticas y/o electorales. Los subgéneros de publicidad corresponden a aquellos sectores económicos, tradicionalmente más representativos, de los anunciantes publicitarios de televisión. Por su parte, los subgéneros de propaganda también responden al criterio de tradición de uso por sector.

#### 3. Publicidad

- 3.1 Alimentos y bebidas
- 3.2 Transporte y telecomunicaciones
- 3.3 Electrodomésticos y hogar en general
- 3.4 Detergentes y cosméticos
- 3.5 Banca y finanzas

- 3.6 Salud y farmacia
- 3.7 Diversos

#### 4. Propaganda

- 4.1 Gobierno y organizaciones del Estado
- 4.2 Organizaciones privadas
- 4.3 Partidos, movimientos, gremios.

#### **El conjunto de géneros de funciones clásicas de la televisión: “informar, educar, entretener”**

Son los géneros por excelencia de la televisión, agrupados de acuerdo con las funciones clásicas, diferenciando los argumentales de los espectáculos por sus respectivas diferencias en la naturaleza de su producción, así que las “telenovelas” que se incluyen en los argumentales se diferencian de los “deportes” del género espectáculo, aunque ambos cumplan la función de entretener.

#### 5. Informativos

- 5.1. Avance de noticias
- 5.2. Noticieros
- 5.3. Opinión
- 5.4. Servicio público

#### 6. Documentales

- 6.1. Ciencias sociales
- 6.2. Ciencias naturales
- 6.3. Artes
- 6.4. Históricos
- 6.5. TV educativa

#### 7. Argumentales

- 7.1. Dibujos animados
- 7.2. Telenovelas
- 7.3. Series
- 7.4. Cine
- 7.5. Humor

#### 8. Espectáculos

- 8.1. Concursos



**CUADRO 1. MATRIZ DE RESULTADOS**
**Programación de VTV, muestras de febrero, junio, julio y agosto**

COD	GENEROS Y SUBGENEROS	Febrero	Junio	Julio	Agosto	Promedio
<b>1</b>	<b>FORMALIDADES DEL CANAL</b>	<b>0,27</b>	<b>0,10</b>	<b>0,29</b>	<b>0,27</b>	<b>0,23</b>
12	Himno nacional	0,19	0,00	0,19	0,19	0,14
13	Identificación del canal	0,08	0,10	0,08	0,08	0,08
14	Fallas de transmisión	0,00	0,00	0,02	0,00	0,00
<b>2</b>	<b>PROMOCIÓN DEL CANAL</b>	<b>5,68</b>	<b>5,53</b>	<b>4,41</b>	<b>2,83</b>	<b>4,61</b>
<b>3</b>	<b>PUBLICIDAD</b>	<b>3,54</b>	<b>5,39</b>	<b>2,09</b>	<b>3,57</b>	<b>3,65</b>
31	Alimentos y bebidas	0,00	0,00	0,10	0,09	0,05
32	Transporte y comunicaciones	0,00	0,00	0,20	0,00	0,05
33	Electrodomésticos y hogar en general	0,90	1,67	0,00	0,91	0,87
34	Detergentes y cosméticos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
35	Banca y finanzas	0,00	0,88	0,00	0,46	0,33
36	Salud	0,00	1,11	0,00	0,00	0,28
37	Diversos	2,65	1,74	1,79	2,10	2,07
<b>4</b>	<b>PROPAGANDA</b>	<b>14,31</b>	<b>12,68</b>	<b>12,83</b>	<b>13,00</b>	<b>13,21</b>
41	Gobierno y organizaciones del Estado	3,47	9,52	9,82	8,54	7,84
42	Organizaciones privadas	9,24	0,00	1,13	3,71	3,52
43	Partidos, movimientos políticos y gremios	1,59	3,16	1,88	0,75	1,85
<b>5</b>	<b>INFORMATIVOS</b>	<b>44,08</b>	<b>57,54</b>	<b>50,10</b>	<b>55,45</b>	<b>51,26</b>
51	Avance de noticias y reportajes	10,34	24,27	12,87	14,03	15,38
52	Noticieros estelares	8,89	15,38	14,17	21,82	15,07
53	Opinión	24,85	17,90	23,06	17,46	20,82
54	Servicio público	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>6</b>	<b>DOCUMENTALES</b>	<b>0,00</b>	<b>2,18</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,55</b>
61	Ciencias sociales	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
62	Ciencias naturales	0,00	2,18	0,00	0,00	0,55
63	Artes	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
64	Político y personajes históricos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
65	TV educación	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>7</b>	<b>ARGUMENTALES</b>	<b>12,52</b>	<b>9,38</b>	<b>11,07</b>	<b>9,73</b>	<b>10,67</b>
71	Dibujos animados	0,00	5,42	0,00	0,00	1,35
72	Telenovelas	0,00	3,96	0,00	0,00	0,99
73	Series	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
74	Cine	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
75	Humor	12,52	0,00	11,07	9,73	8,33
<b>8</b>	<b>ESPECTACULOS</b>	<b>6,27</b>	<b>6,51</b>	<b>5,00</b>	<b>5,00</b>	<b>5,70</b>
81	Concursos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
82	Musicales	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
83	Videomusicales	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
84	Variedades	6,27	4,06	5,00	5,00	5,08
85	Deportes	0,00	2,45	0,00	0,00	0,61
<b>9</b>	<b>ENVITE Y AZAR</b>	<b>0,34</b>	<b>0,70</b>	<b>0,28</b>	<b>0,26</b>	<b>0,39</b>
<b>10</b>	<b>ALOCUCIONES PRESIDENCIALES</b>	<b>13,26</b>	<b>0,00</b>	<b>13,61</b>	<b>10,30</b>	<b>9,29</b>
	<i>Total</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>

Fuente: Estudio ININCO, septiembre de 2004.

- 8.2. Musicales
- 8.3. Videomusicales
- 8.4. Variedades
- 8.5. Deportes

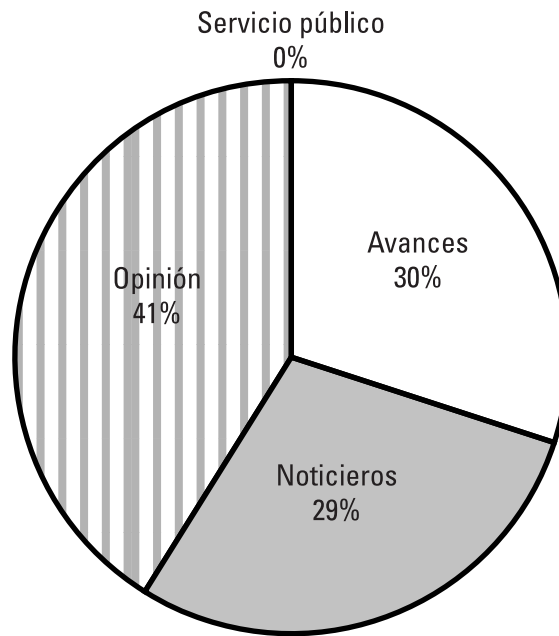
**El conjunto de géneros atípicos**

Estos por su reciente aparición o por propia condición suelen resistirse a ser clasificados en el conjunto de los géneros anteriores. Aunque los miniprogramas de sorteos de lotería (por lo general tienen un tiempo corto de duración) son en realidad espacios vendidos por el canal, estos tienen un efecto distinto al de la publicidad y la propaganda.

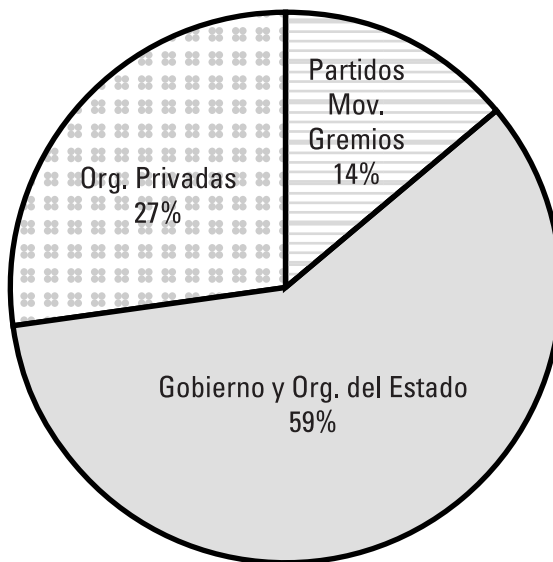
9. Envite y azar

10. Alocuciones presidenciales u oficiales

Para este caso en particular, el estudio consta de una muestra aleatoria de cuatro días de programación ordinaria de canal estatal venezolano VTV Canal 8. Por día de programación ordinaria se entiende el patrón de programación que suele ser similar de lunes a viernes de cada semana. Luego, cada día representa un mes de programación, por lo que los cuatro días que concentran la muestra representan, a su vez, cuatro meses: febrero, junio, julio y agosto de 2004. Es decir, un mes distante y los tres más próximos a la celebración del referendun revocatorio presidencial, considerado como un punto culminante de la dinámica política en Venezuela. Este último criterio obedece a que el cli-



*Subgéneros de Informativo, promedio general*



*Subgéneros de Propaganda, promedio general*

ma de altísima polarización política ha impactado considerablemente en la estructura morfológica y discursiva del canal público.

Para complementar el análisis morfológico de la muestra descrita, hemos comparado la morfología actual de VTV con la estructura distante de la TV abierta nacional promedio por una parte (incluye RCTV, VV, VTV y Televen), la televisora regional y un referente “académico” idílico obtenido de los alumnos de asignaturas sobre análisis de la programación televisiva. De resto, nuestro estudio se concentra, exclusivamente, en la programación mostrada por el canal del Estado venezolano.

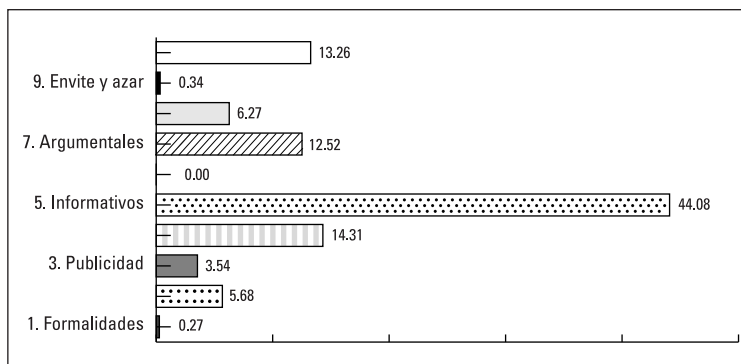
### Análisis morfológico de la programación de VTV

La televisora del Estado venezolano se ha convertido en un canal de noticias, al concentrar la mitad del tiempo (ver en adelante Cuadro 1 y los gráficos que se derivan). Pero si se suman el tiempo que dedica a la propaganda, mayormente oficial y partidista, y el tiempo que dedica a transmitir las alocuciones presidenciales y/o oficiales, se captura el 74% del total de programación. De este modo, todos estos géneros, cuyo centro discursivo es la obra de gobierno y su discurso político, se han apoderado del canal de “todos los venezolanos”.

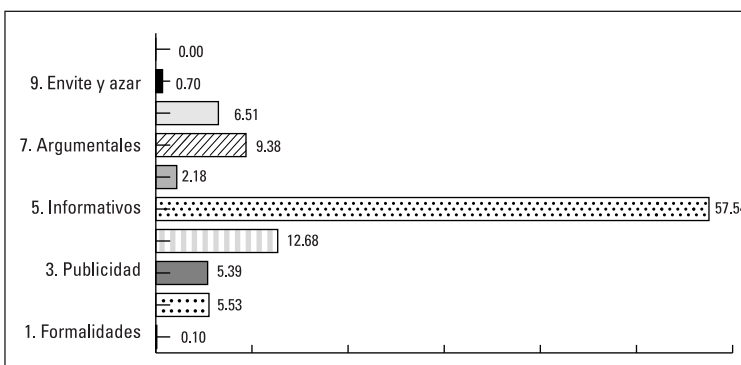
Veamos cada uno de los géneros que, en orden decreciente, ocupan el tiempo televisivo del canal, según la muestra aludida:

#### Género informativo abrumador

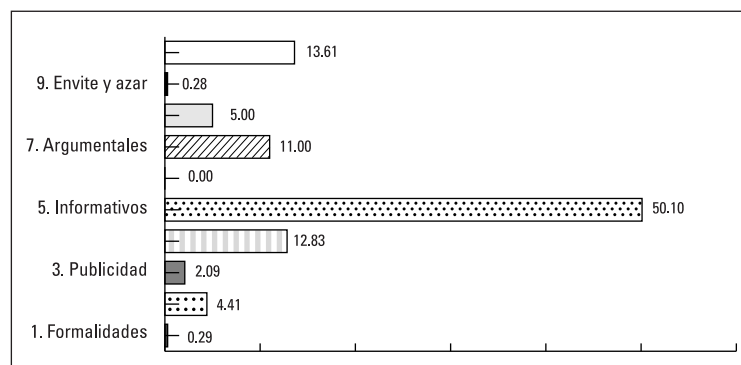
En términos de promedio de to-



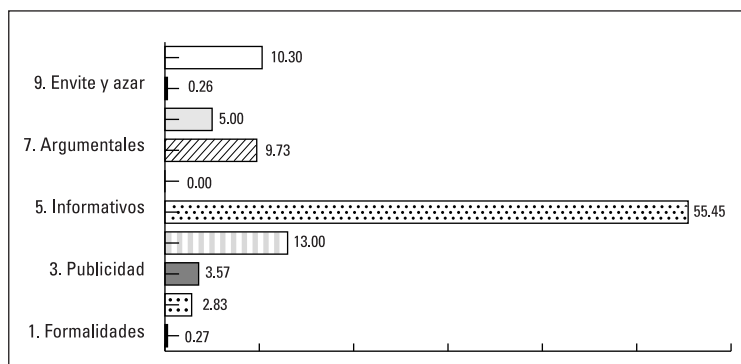
Muestra Febrero



Muestra Junio



Muestra Julio



Muestra Agosto

das las muestras, el género más representativo es el de Informativos, con poco más de la mitad del tiempo total de transmisión, en adelante ttt. Más exactamente, un 51,26% que equivale a 9 horas del total de 18 horas de programación.

De este tiempo, el género informativo es dedicado en un 41% a los programas de opinión del canal, unos cuatro programas ya consolidados esparcidos en la mañana y en la tarde, en ocasiones una repetición en horario nocturno del transmitido en la mañana (caso febrero), alternado con programas especiales de opinión, dirigido por el Presidente del Canal.

Siguen los avances de noticias que, de acuerdo a la opinión reciente de los alumnos de la Escuela de Comunicación Social, se ha convertido en una de las formas más frecuentes de interrupción de la programación ordinaria. Para los días muestras, los avances coparon el 30% del segmento informativo. Sin embargo, en la muestra única que tomamos para medir interrupciones (Ver Cuadro 3) los avances de noticias representan 24 interrupciones durante el día, para el 7% del género que interrumpe la programación ordinaria.

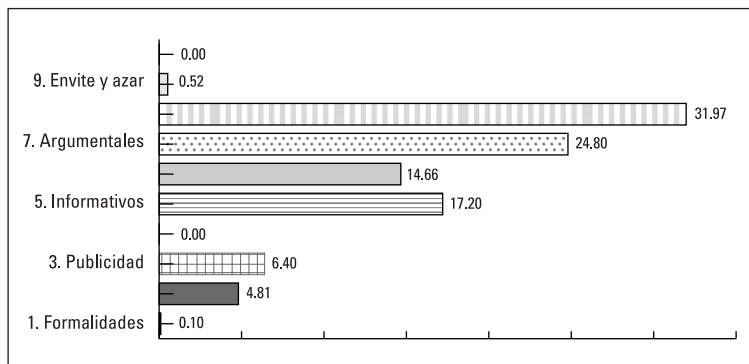
Los noticieros estelares, de la mañana, mediodía y noche representan el 39%, al que se agrega el programa de noticias internacionales Dossier dentro de este subgénero, que aparece a partir de la muestra de julio, y que por cierto, es el único programa que no tiene ninguna in-

terrupción, trasmitiéndose corrida su media hora pautada.

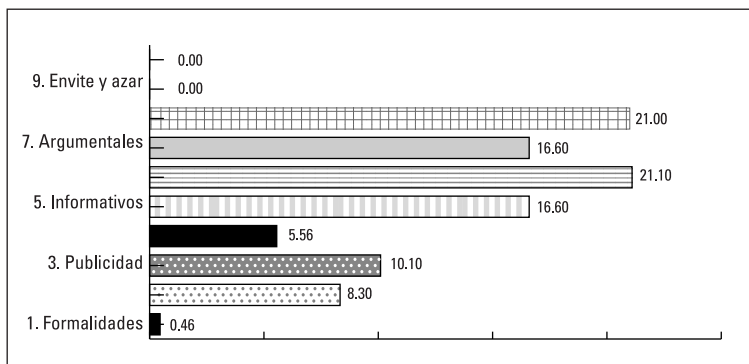
Respecto a los datos comparados con la programación de 1998 y la "ideal académica", el género informativo ocupa el tercer lugar en la programación de las televisoras regionales con el 17,2%, lugar que coincide con el modelo ideal que lo ubica ocupando en 16,8% del ttt. En los canales de cobertura nacional en 1998, el género informativo ocupaba el segundo lugar de la programación con un poco más de espacio, el 19,6%.

**Propaganda**

Para el actual VTV, el segundo género en importancia es el de la Propaganda, que captura el 13,21% del ttt, es decir, dos horas más un tercio. La mayor parte de este tiempo lo toma el subgénero catalogado "Gobierno y organizaciones del Estado", con un 59% de ese tiempo. Con una débil franja que separa la propaganda del partido de gobierno respecto del gobierno, el subrenglón "Partidos y movimientos..." toma el 14%, y las organizaciones de carácter priva-



Promedio General de 14 canales regionales de 1998



Modelo ideal académico, según consulta aplicada a los estudiantes de la Escuela de Sociología UCV en la asignatura "Análisis de la programación televisiva" entre 1998 y 2000.

	VTV 04	Reg.98*	Nac.98**	Ideal***
1. Formalidades	0.23	0.10	0.05	0.46
2. Promoción	4.61	4.81	8.31	8.33
3. Publicidad	3.65	6.40	16.42	10.19
4. Propaganda	13.21	0.00	0.00	5.56
5. Informativos	51.26	17.20	19.63	16.67
6. Documentales	0.55	14.66	1.05	21.11
7. Argumentales	10.67	24.80	42.71	16.67
8. Espectáculos	5.70	31.97	11.16	21.02
9. Envite y azar	0.39	0.52	0.70	0.00
10. Oficiales	9.29	0.00	0.00	0.00
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>

*Estructura comparada entre la programación de VTV actual con la programación promedio general de 1998*

\* Promedio general de 14 canales regionales de 1998. Fuente: Estudio ININCO, Gustavo Hernández

\*\* Promedio general de todos los canales de cobertura nacional para 1998: canales 2, 4, 8 y 10

\*\*\* Consulta aplicada a los estudiantes de la escuela de Sociología de la Asignatura "Análisis de la programación televisiva" entre 1998 y 2000

do, quienes a la suma son los patrocinantes, captan el 27% del género.

Es además el género que más interrumpe la programación, totalizando 171 interrupciones de nuestro día muestra aleatorio, es decir, que representa casi el 50% de los siete spots que entran en promedio por cada interrupción.

Respecto a la comparación con el pasado, este segundo lugar de la Propaganda en VTV está muy distante del noveno lugar que le asignaban los canales regionales, e igual lugar para los todos los canales de cobertura nacional, incluyendo el mismo Canal 8. Pero, en el modelo ideal, el género propaganda ocupa el séptimo puesto con el 5,6%, que se supone saludable para permitir el patrocinio de imágenes e ideas.

#### Argumentales

El género argumentales ocupa el tercer lugar de la proporción, con 10,67% del ttt. Pero, sorprendentemente, el 78% de este

tiempo lo ocupa el subgénero "Humor", en el que destaca el programa "La Hojilla", entre otros, aunque fue difícil "clasificar" este programa dentro del género, pues más bien parece un programa de opinión cuya razón de ser es despotricar a los opositores políticos con todas las opciones que se tengan a mano. Pero, sus promotores lo definen como "de humor". Lo cierto es que el resto del género que ocupa el tercer lugar en el ttt lo capta "Dibujos animados" con el 13%, y por último, la única telenovela del canal con el 9%.

Este género también se muestra con una asimetría interesante al comparar con el pasado y con el modelo ideal. Las regionales ofrecían un segundo puesto al género, con 24% muy por encima del 11% de VTV actual. Los de cobertura nacional lo asumían en primer lugar con 43%, más distante aún; mientras que la academia le asigna un cuarto puesto con 17% del tiempo, 6 puntos más que el que asigna VTV hoy.

#### Alocuciones oficiales

Sorprendentemente, la nueva modalidad de género, de obligatoria inclusión en estos tiempos, es el de alocuciones oficiales, que hoy ocupa el cuarto lugar en la agenda de tiempo de VTV. Captura el 9,29% del tiempo, poco menos de dos horas. Por haber sido tomadas las muestras los días ordinarios de lunes a viernes, éstas no incluyen el programa "Aló Presidente". Pero el canal suele incluir "fragmentos" del mismo y de otras alocuciones, incorporando las que se transmitieron en cadena nacional en tiempos recientes.

Por supuesto que no hay referente con experiencias anteriores. En los años 60, el entonces presidente Rafael Caldera inauguró un formato similar con el programa "Frente a la prensa" que se transmitía en los, por entonces, pocos canales de cobertura nacional. Mientras que el ex-presidente Carlos Andrés Pérez prefirió, en su segundo gobierno, utilizar la radio a nivel nacional por unos minutos, de

lunes a viernes. De resto, las cadenas oficiales o las intervenciones oficiales en programas especiales siempre fueron muy poco frecuentes. Los gobiernos se fueron acostumbrando a comunicarse con el país por medio de las ruedas de prensa, los partes oficiales y los improvisados acercamientos entre los personajes públicos y los periodistas que cubren las diversas fuentes. No existe pues en el pasado algún ejemplo similar a lo que ocurre en el país con el caso de las alocuciones presidenciales u oficiales que se establecen en "cadenas", programas especiales, y ruedas de prensa. Dedicar una décima parte del tiempo de programación a repetir una y otra vez alocuciones es una práctica muy novedosa en nuestra cultura televisiva.

**Espectáculos**

El siguiente género, el que ocupa el quinto lugar con casi cinco puntos menos de distancia, es el renglón de "Espectáculos", el cual ocupó una hora más unos minutos, para ubicarse en 5,7%. De este segmento, la mayor parte transcurre en las mañanas con el programa de variedades "Nuestra mañana", justamente uno de los más interrumpidos de los programas de este canal. Sorprende que el subgénero "Deportes" haya alcanzado apenas la décima parte de este segmento del 6% de la programación, cuando suele ser el subgénero por excelencia de los espectáculos.

En el cuadro comparativo, los canales regionales dependían casi en exclusiva de este género por razones económicas: les resultaba relativamente económico al

tiempo que atraía a la audiencia. Por ello, los regionales ubicaron en el primer lugar del uso su tiempo televisivo con el 32%. En cambio, el promedio de los canales de cobertura nacional relegaba al género espectáculo al cuarto lugar del consumo de tiempo con 11%. Mientras que el criterio ideal, según los estudiosos de la materia de programación televisiva, considera que el género debe ubicarse muy cerca de los documentales educativos (21,11%), es decir, en el segundo lugar con el 21,02%.

**Casi inexistentes géneros restantes**

Los cinco géneros restantes se quedan con un residuo de menos del 5%. Pero lo que sorprende es que no sea el género documental el que ocupa el primer lugar en el

	Mañana	Tarde	Noche	Total	% total
Promoción	55	30	30	115	33.24
Publicidad	12	8	8	28	8.09
Propaganda	80	18	73	171	49.42
Avances	6	9	9	24	6.94
Servicio Público	0	1	7	8	2.31
	153	66	127	346	
<b>Interrupciones</b>	21	19	22	62	100.00
<i>Interrupciones por hora*</i>	4	4	4	4	
<i>Nº de spots** por interrupción</i>	7.3	3.5	5.8	5.6	

*Interrupciones de la programación.  
VTV muestra aleatoria de un día de programación, mes de febrero*

\* Las interrupciones por hora resultan del cociente entre el total de interrupciones y el total de las 18 horas de programación, se redondea a más de uno el resultado aunque éste tenga un decimal por debajo de 0.5, por razones obvias de no poder fraccionarse una "unidad de interrupción".  
\*\* Se incluyen como spots: promoción del canal, publicidad, propaganda, avances informativos, servicios públicos y sorteos de loterías.

modelo ideal académico que encabece la lista de los géneros residuales, sino el de la Promoción de la planta con 4,61%, seguido por Publicidad con 3,65% (40 minutos). Documentales, en cero; envite y azar, con 0,39%; y formalidades del canal, con 0,23%, quedan distribuyéndose el punto porcentual residuo.

Vale la pena comentar que en la estructura comparada que aquí aplicamos, lo que hemos llama-

do el modelo académico asigna a la publicidad el quinto lugar con la décima parte del consumo de tiempo. Los canales de cobertura nacional, que incluye a VTV, ponían a la publicidad en el tercer puesto de este ranking de tiempo consumido y las regionales en el quinto lugar, aunque por razones de limitación de mercado, en la participación de la torta publicitaria.

Sin embargo, todas las muestras

aquí expuestas revelan que los canales respetan el tiempo máximo legalmente estipulado para publicidad, más propaganda más promoción de planta, que no debe exceder del 25% de la programación (15 minutos por cada hora). Así, esos tres renglones suman: para VTV, el 21,46%; para las regionales en 1998, el 11,21%; para los canales de cobertura nacional incluida VTV, el 24,73%; y para nuestro modelo ideal, el 24%.

## Notas

1 Esta investigación empírica fue realizada en el 2004, aún así, puedo asegurarle al lector que las tendencias y prácticas puestas en evidencia por este estudio se han agravado en grado sumo. Y más, han aparecido un grupo de nuevos canales "del Estado", como lo es el reciente caso de Ávila TV, cuya programación es pura y sencillamente propaganda partidista e ideologizante de estilo ultra izquierda, excluyendo al resto de los venezolanos que no comulgamos con el ideario "revolucionario" del actual gobierno.

2 Es una afirmación personal en mi experiencia como investi-

gador, tras dedicar años de investigación al estudio de la historia de nuestros medios, entre el que se encuentra la televisión y los diferentes canales de nuestra historia de poco más de medio siglo. No se sustenta más que en los estudios pasados de la programación llevados a cabo por el ININCO y en la simple observación. Pero insisto en que es muy obvio el énfasis que el actual gobierno hace del canal.

3 Ese fue, fundamentalmente, el modelo propuesto por la Comisión Presidencial Preparatoria del Consejo Nacional de la Cultura que redactó el Proyecto RATELVE, entre 1974-1975.