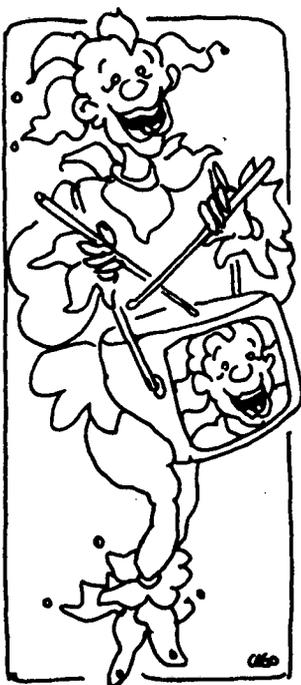

TELEVISION OMNIPRESENTE: DIEZ AÑOS DE TV EN VENEZUELA

BERTA BRITO - FRANCISCO TREMONTI



No resulta nada fácil hacer un resumen comentado de los últimos diez años del mundo de la televisión en Venezuela, sobre todo si se toma en cuenta que todo lo relacionado con el campo audiovisual está en permanente cambio y expansión.

Como en el resto de América Latina, en nuestro país la empresa privada tiene de hecho el predominio en este campo, a pesar de que el Reglamento de Radiocomunicaciones vigente establece la potestad del Estado en el otorgamiento y explotación de todo sistema de transmisión de señales eléctricas o visuales bajo la forma de concesiones. Sin embargo, la debilidad del Estado venezolano para imponer la normativa vigente ha dado pie a la prepotencia consuetudinaria de los beneficiados por esas concesiones.

Dos grandes empresas de televisión privada-comercial, con ramificaciones en múltiples ramas

de la industria, el Canal 2 y el Canal 4, compiten actualmente en situación de desequilibrio con la televisión estatal (VTV), que tiene una estación y dos canales: el Canal 8 de estructura comercial y el Canal 5 de programación cultural y educativa, sometidos ambos a los vaivenes de la política oficial con cada cambio de gobierno.

Una reseña de los más importantes acontecimientos en este campo nos permitirá clarificar lo que Oswaldo Capriles ha calificado como "la dialéctica vergonzante gobierno-TV", que se ha resuelto siempre en la capitulación del Estado frente a la empresa privada y que en muchas ocasiones ha dado lugar a nuevas regalías y beneficios para ese sector.

PROYECTO RATELVE

La Comisión Preparatoria del Consejo Nacional de Cultura (CONAC), creada en 1974 por el Decreto No. 491, produce en 1975, a través de su Comisión Sectorial de Comunicaciones, el diseño de una nueva política de radiodifusión para el Estado venezolano que se conoce como **INFORME RATELVE**.

RATELVE (Radio y Televisión Venezolana); establece el carácter de servicio público que debe adoptar la radio y televisión en el país, para atender de manera exclusiva al interés colectivo, para lo cual su uso debe ser planificado dentro del sistema de planificación global del Estado.

Como alternativa de USO para estos medios propone un servicio público **COMPLEMENTARIO O PLANIFICADO**, que es el que emite programas de acuerdo a la capacidad socio-cultural de comprensión de los perceptores y, para cubrir las necesidades de la teleeducación, reciclaje, telemedicina, etc., sugiere un servicio de radiodifusión **ESPECIFICO**.

Establece el **REGIMEN MIXTO AUTENTICO** como alternativa de **PROPIEDAD**, el cual comprende:

- a) subsistencia del sector privado
- b) obtención de coberturas maximizadas
- c) control del sector privado
- d) "competencia" entre sistema público complementario y sistema privado competitivo.
- e) "relación de equilibrio" a nivel financiero, de audiencia real y de cobertura entre ambos sectores.

La oposición del sector privado en ese campo impidió su implementación dentro de la política de planificación para el desarrollo del país. Lo atacaron en forma indirecta a través del Artículo 4to. de la Ley de Cultura por medio del cual se pondría en marcha.

LA UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y LA TELE-EDUCACION

En julio de 1975 se decretó la Comisión Organizadora de la Universidad Nacional Abierta (U.N.A.) y en agosto de 1978 comenzó sus actividades académicas.

El propósito del Estado a utilizar esta nueva modalidad educativa a distancia fue el de establecer un metasistema de Educación Superior, dirigido a ofrecer oportunidades de estudios a sectores trabajadores y a adultos (mayores de 21 años) sin posibilidades de ingresar en las universidades tradicionales.

Este ensayo, para superar la crisis en la educación superior como consecuencia de la explosión estudiantil, se basa en el empleo racional de los modernos sistemas multimediales instruccionales, cuyas primeras experiencias tuvieron lugar en Inglaterra.

De acuerdo a ello, se integraron al proyecto U.N.A. los canales 8 y 5 de la Televisora Nacional del Ministerio de Educación, la Radio Nacional y la red comercial de radio y televisión que, de acuerdo al Reglamento de Radiocomunicaciones (Art. 13), está obligada a ceder gratuitamente un mínimo de 10 horas semanales de transmisión al Ministerio de Educación, preferentemente de 8:30 a 11:30 de la mañana.

Según las Consideraciones Preliminares para la Creación de la U.N.A., el Plan de estudios debería contener fundamentalmente, carreras tecnológicas, de acuerdo a las prioridades del V. Plan de la Nación, en materia de Educación, Agricultura, Siderúrgica, Metalmecánica, etc., posteriormente se inició con 9 carreras y 20 Centros Locales en las áreas de Ciencias Básicas, Ingeniería, Educación y Ciencias Sociales.

La U.N.A. superó su primera crisis (de orden político) el mismo año de su creación, que culminó con la renuncia de su Rector-Presidente, doctor Luis Manuel Peñalver. Posteriormente ha llevado a cabo seminarios y foros evaluativos de su proceso de desarrollo, donde se han anotado una serie de fallas y errores en materia curricular y de evaluación. Se le ha atacado incluso por haber desvirtuado los objetivos conceptuales que se propuso en su nacimiento.

Lo cierto es que la teleeducación en materia de educación superior se inició en Venezuela con este innovador sistema de enseñanza y programación instructiva que el área audiovisual es de excelente calidad.

EL SISTEMA DE TV A COLOR

Mediante el Decreto Presidencial No. 319, del 4 de octubre de 1979, entró en vigencia el Sistema de Televisión a Color en el país. La importancia del mismo radica en que después de 9 años de estudios y consideraciones fue elegido el más obsoleto desde el punto de vista tecnológico, el NTSC norma "M".

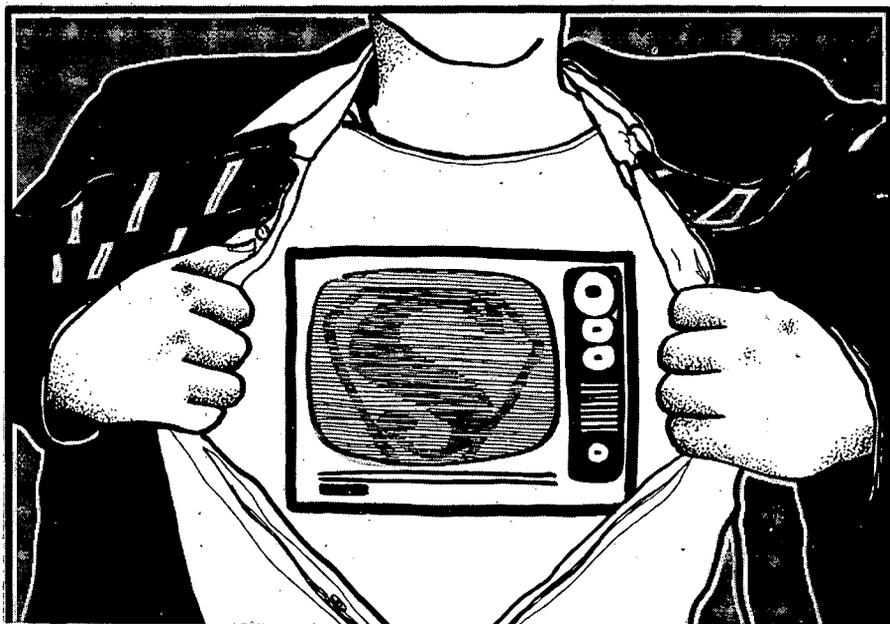
Este Decreto reglamenta también la transmisión escalonada de los programas hasta el 1 de junio de 1980, cuando entraría en vigencia plena el Sistema de TV a Color y su Artículo 2, constituyó el único punto de desacuerdo entre la empresa privada y el Ejecutivo.

Se impuso el criterio oficial de que Venezolana de Televisión, Canal 5 (Segundo Programa) transmitiera a color durante todo el horario de su programación a partir del 1ro. de diciembre de 1979.

El resto de las televisoras, incluyendo el Canal 8 de Venezolana de Televisión, debían transmitir sólo un máximo de dos horas diarias a partir de la misma fecha.

La decisión del gobierno venezolano de adoptar el sistema NTSC-M, se tomó a pesar de existir estudios impecables e imparciales desde el punto de vista técnico, económico y político que favorecían al sistema alemán PAL-M.

La Comisión nombrada por el Ejecutivo en 1979 para estudiar las opciones de sistemas de TVC existentes en el mercado, estuvo integrada por: José Luis Zapata, Ministro de Información y Turismo, quien la presidió; Rafael Naranjo Ruiz, Rubén Osorio Canales, Manuel Fombona, Roberto Gallarotti, Gustavo Cisneros, Sixto Díaz Miranda, Gustavo Chacón, Ángel del Cerro, Freddy Ferrer, Luque y William H. Phelps. Dicha Comisión, en la que inexplicablemente no estuvieron representados los organismos relacionados con la Cultura, la Educación y la Superintendencia de Inversiones Extranjeras, manejó una serie de argumentos de orden cultural, educa-



tivo, geo-político, tecnológico e industrial que, a la luz del más somero análisis, resultan contradictorios y rebatibles, para concluir recomendando el sistema norteamericano.

La adopción del sistema NTSC-M se entiende como la legalización de una decisión que de hecho ya había sido tomada con anterioridad. Esto se explica porque la empresa privada de TV tenía cuantiosas inversiones (cerca de 50 millones de bolívares) en infraestructura del sistema norteamericano. Estaban también por detrás los intereses del contrabando de televisores a color, de los cuales, para el momento de la decisión, habían cerca de 400 mil receptores del sistema NTSC-M en el país.

EL DECRETO 620: REGLAMENTACION DE LAS TRANSMISIONES DE TELEVISION

De todas las reglamentaciones del Ejecutivo Nacional en el área de la TV, ninguna suscitó un enfrentamiento tan violento de la empresa privada del medio como el Decreto 620, que se dictó con carácter provisorio hasta tanto el nuevo Reglamento de Radiodifusión, que estaba en estudio, se pusiera en vigencia. Cosa que no ha sucedido hasta el día de hoy.

El punto de desacuerdo fue el ordinal segundo del Artículo 1o., que se prestó por su vaguedad a interpretaciones subjetivas, por cuanto sometía a la autorización del Ministerio de Transporte y Comunicaciones (bajo las condiciones que considerare convenientes para el interés público) algunas categorías de programas no expresamente contempladas en la reglamentación y cuya autorización debía solicitarse por escrito con 48 horas de antelación.

Sin embargo, como lo afirmó el entonces Director de Planificación y Presupuesto del Ministerio de Información y Turismo, Alejandro Alfonso, el Decreto 620 no inventa nada nuevo. Su normativa fue la repetición de otras anteriores del mismo Ministerio, reiteradamente incumplidas por la TV comercial.

La única novedad que estableció fue un horario especial para la publicidad de bebidas alcohólicas a partir de las 9 p.m., salvo cuando se tratara de vinos y cervezas que podían transmitirse a partir de las 7 p.m. y la disposición de hacer auditiva en la publicidad de cigarrillos, la disposición del Artículo 16 de la Ley de Impuestos sobre Cigarrillos y Manufacturas de Tabaco, sobre la advertencia del uso nocivo del producto.

LAS RESOLUCIONES 500 y 577

La Resolución 500 del Ministerio de Transporte y Comunicaciones, del 29 de mayo de 1980, para reglamentar el articulado del Decreto 620 sobre contenidos y horarios de las transmisiones de televisión, originó un colapso en los medios empresariales de la TV.

Adoleció de las mismas imprecisiones y vaguedades del Decreto 620 y a pesar de las tímidas innovaciones que contiene, desató una de las más agresivas reacciones del sector privado, hasta el punto que el Vicepresidente de Radio Caracas Televisión, doctor Marcel Granier, invocando los peligros que se cernían sobre la libertad de expresión y creatividad, amenazó con demandar por inconstitucional la Resolución por cuanto violaba, en su criterio, los artículos 117, 118, 162, y 177 de la Constitución Nacional, el Artículo 7º del Código Civil, además de disposiciones de la Ley Orgánica de la Administración Central.

En realidad la arremetida de los empresarios de la TV no estaba dirigida al Artículo 13 de la mencionada Resolución, sino a las tímidas restricciones que en su normativa afectaban la publicidad comercial y que se reflejarían en una disminución de los fabulosos ingresos que obtienen las plantas privadas por este concepto. Pero más al fondo, estaba dirigida a detener lo que consideraban la más seria amenaza a sus intereses económicos: la disposición del gobierno de hacerla cumplir.

Una campaña, a través de comunicados, declaraciones y cuñas (la más dura y recordada fue la del Dividendo Voluntario para la Comunidad) fue desatada para que la opinión pública aceptara como verdad la falacia de que la libertad de expresión estaba amenazada.

La manipulación de los empresarios se extendió a las organizaciones gremiales, aduciendo que el Artículo 6o. de dicha Resolución, (que reducía a 60 presentaciones las telenovelas) perjudicaba a los actores, que dejarían de cobrar el "royalti" que se les paga por este concepto.

El Sindicato de Radio y Televisión se declaró en emergencia, solicitando la inclusión en la Resolución de las disposiciones del Artículo 63 del Reglamento de Radiodifusión, que establece la obligación por parte de las radioemisoras de incluir un 75 por ciento de artistas, actores y técnicos venezolanos en su programación.

La justa petición del Sindicato fue reconsiderada y prevista en la Resolución 577 del 15 de junio del mismo año que sustituyó a la 500.

En la Resolución 577 el Ejecutivo trató de organizar más coherentemente la normativa para el medio televisión, pero no constituye, de ninguna forma, un sistema legal de radiodifusión en función de una política para el sector.

Las innovaciones contenidas en ella con respecto a la Resolución 500 se pueden resumir en:

- a) obliga a las televisoras a transmitir la mención de que el programa a transmitirse en el horario de adultos, si va a ser presenciado por menores de edad, debe ser sometido a discusión y orientación por parte de sus padres o representantes.
- b) Establece en los artículos 6o. y 7o. treinta minutos de lunes a viernes para transmitir programas infantiles de producción nacional y 5 horas semanales de programas dedicados a la juventud y en el Artículo 18 dispone el nombramiento de una Comisión Asesora de

Televisión para realizar estudios pertinentes sobre la orientación que deben tener los programas en su forma y contenido. Esta última disposición hasta los momentos, no se ha cumplido.

LAS LLAMADAS TELENOVELAS CULTURALES

El problema surge con la Resolución No. 70, del 8 de octubre de 1976, posteriormente derogada, en que se establece que "los programas novelados de continuidad a transmitirse después de las 6:00 p.m. por las estaciones de radio-televisión deberán ser culturales y podrán ser fraccionadas hasta en 180 presentaciones o capítulos de hasta una hora de duración". Por supuesto, nunca se definió qué se entendía por "cultura", mucho menos dentro del género telenovelístico.

Un grupo de intelectuales y escritores, prestados a la televisión, comenzó a escribir una serie de telenovelas distintas, supuestamente, a las transmitidas hasta ese momento, en un franco esfuerzo por mejorar los programas de televisión. De aquí nacieron las llamadas "telenovelas culturales", novelas de José I. Cabrujas, S. Garmendia, I. Martínez, etc., como "Natalia", "La Señora de Cárdenas", "Las hijas de Juana Crespo" y "La comadre", basada en una idea de Román Chalbaud. Aquí se trataba de ir cambiando paulatinamente las estructuras tradicionales de la telenovela ordinaria. Eliminar el suspenso continuo, la pareja joven como eje fundamental de la trama, eliminar los galanes de moda, creados por la misma televisión, etc. Se trataba de abrir nuevos cauces dramáticos y estilísticos a la telenovela.

Sin embargo, este deseo se quedó a medio camino, ya que por el momento todas las telenovelas citadas anteriormente tuvieron que participar forzosamente del estilo tradicional. No se podían romper todos los moldes de repente. Con todo, se vislumbra ya una televisión distinta, con una temática más abierta, mucho más cercana a la realidad venezolana, que discute abiertamente los problemas del ámbito nacional, como "Rosalinda", por ejemplo, de Ibsen Martínez.

El sueño mágico se desvaneció cuando RCTV, canal 2, quien había venido apoyando los cambios y el progreso cultural, rompió el pacto tácito que hasta ese momento mantenía con el prestigioso grupo de escritores que promovió en primer lugar esta pequeña revolución cultural televisiva, y se dispuso a luchar en el "rating" con las mismas armas de vulgaridad con que lo hacía la otra emisora comercial, canal 4, plagada por aquel entonces de exilados cubanos.

Con todo, las novelas culturales no desaparecieron en el tiempo, sino que se siguieron produciendo una u otra esporádicamente. Muchas de ellas eran en realidad novelas de trasfondo histórico, o historia novelada. Así nacieron "Boves el Urogallo", "Gómez I y II", "Estefanía" y otras varias, que narraban de una manera más o menos feliz una parte de la historia del país. Incluso se volvieron a producir novelas de Rómulo Gallegos y autores diversos de la literatura universal. Sin embargo, la tónica general siguió siendo bastante baja en cuanto a esquemas y temática, que se repiten hasta la saciedad, aunque con el tiempo hayan mejorado las técnicas y mecánica de producción.

COMERCIALIZACION DE LA TELEVISORA DEL ESTADO CANAL 8

El recorte de su presupuesto en 11 millones de bolívares, a principios de 1980, presupuesto proporcionado enteramente por el Estado, fue la oportunidad para realizar la vieja idea de comercializar el canal 8 y poner la medida en práctica inmediatamente. El fin de esta medida fue el recabar los fondos adicionales necesarios para su funcionamiento ordinario.

Las televisoras privadas, canales 2 y 4, protestaron la medida por lo que consideraron una competencia desleal en un mercado publicitario limitado. También la Cámara Venezolana de la Televisión salió a la palestra con un comunicado elegante de protesta, pero todo quedó ahí.

"VENPRES", agencia de noticias del Estado, buscó la cooperación de todos los expertos disponibles para hacerles apoyar técnicamente lo que ya estaba decidido a otros niveles. Por otro lado, Oswaldo Acosta Sanabria, ejecutivo del Banco de Venezuela, fue quien en realidad promovió la comercialización del canal del Estado, siendo su Banco quien comenzó a disfrutar de inmediato de esta nueva vida publicitaria con la transmisión por parte del canal de la serie de baseball del Caribe.

El canal 2, si bien en esa ocasión interpretó la comercialización del canal estatal como un castigo por su amplia libertad en denunciar los males nacionales, demostró también una inconsecuencia cobarde al silenciar el despido de 20.000 trabajadores de la industria textil en solo tres meses y la consecuente huelga y toma de la Catedral por los trabajadores despedidos. A pesar de los principios nacionalistas del Programa Cultural del Gobierno en rescate de la Identidad Nacional, al parecer perdidos entre los papeles del Conac o del Ministerio de la Cultura, el canal 8 hizo su estreno comercial con un programa norteamericano por excelencia, como fue la presentación de Frank Sinatra, por supuesto cantando en inglés. Por este programa, en vivo, vía satélite, se pagaron treinta mil dólares (30.000) en medio de la escasez de presupuesto y la imposibilidad, según el Ministerio de Información, de hacer malabarismos con el dinero disponible. Al mismo tiempo y por razones no del todo confiables, cuando el Gobierno pretende desarrollar los valores nacionales, se excluyen de la programación del mismo canal los programas de Simón Díaz y Ma. Teresa Chacín.

Los expertos en comunicación señalaron en el momento la importancia de encuadrar la medida de comercialización del canal estatal dentro de un plan más vasto de Políticas de Comunicación, cuyo diseño compete al Estado. VENPRES sólo dejó en claro que los expertos estaban de acuerdo en el hecho de la comercialización, sin indicar qué tipo de comercialización y en qué condiciones. Por nuestra parte, todavía estamos esperando un plan consecuente de Políticas de Comunicación, en donde se aclare el papel del Estado como árbitro del bien común.

PROHIBICION DE PUBLICIDAD SOBRE LICORES Y CIGARRILLOS

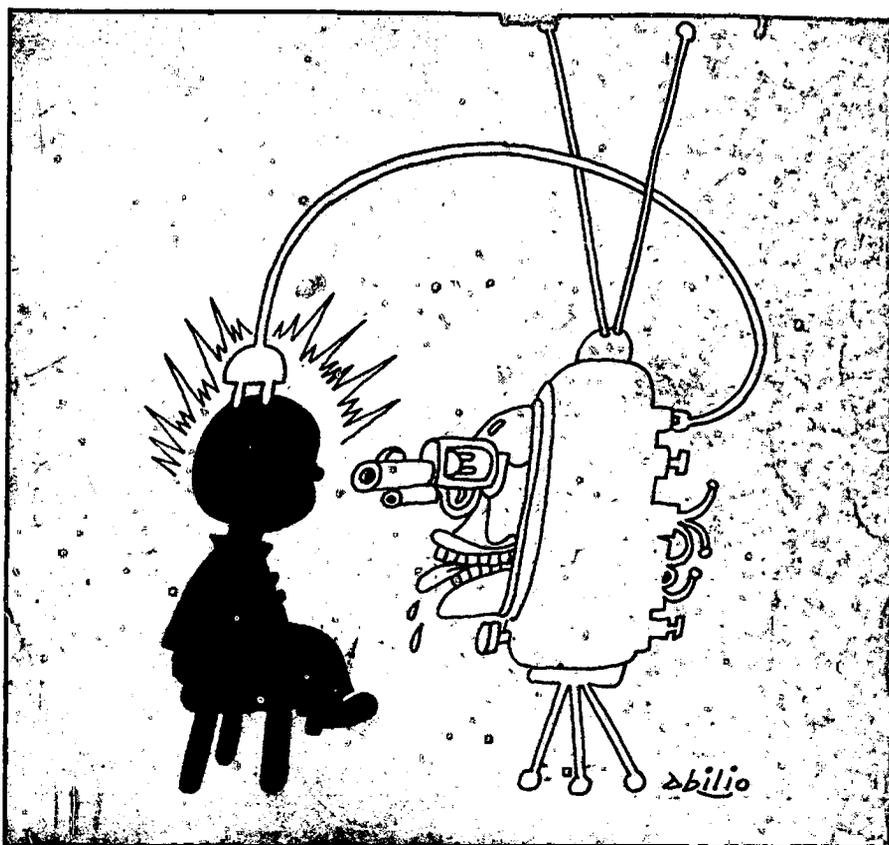
Cambiando de tema, uno de los sucesos que causó impacto a principios de los años 80 fue la prohibición por parte del Estado de transmitir propaganda comercial de licores y cigarrillos por Radio y Televisión. El primer paso, la aplicación de lo que establece la Ley de Impuesto sobre cigarrillos y Manufacturas de Tabaco en su artículo 16, que "en las cajas de cigarrillos y en su propaganda se deberá hacer constar en la forma que establezca el reglamento, la siguiente mención: —se ha determinado que el fumar cigarrillos es nocivo para la salud". Por su parte, el artículo 4o. del decreto 620, del 22 de Mayo de 1980, establece que: "La publicidad comercial que promueva directa o indirectamente el consumo de cigarrillos, tabacos o picaduras, contendrán en forma auditiva y visual la advertencia establecida en el artículo 16 de la Ley de Impuesto sobre Cigarrillos y Manufacturas de Tabacos. Esta norma quedó derogada por el decreto No. 849, del 21 de noviembre de 1980, cuyo texto prohibía terminantemente toda propaganda de cigarrillos por televisión a partir del 1o. de enero de 1981. Dicha prohibición se extendió a las estaciones de radiodifusión sonora a partir del 1o. de abril de 1981, en virtud del decreto 996, del 19 de marzo de 1981.

Por supuesto que tal medida levantó una ola de protestas, desde los representantes de las diversas emisoras hasta voceros de la cámara de radio difusión, se promovieron campañas en prensa, radio y televisión, en contra de las medidas, siempre bajo la advocación del respeto a la democracia, libertad de expresión y libertad de prensa. El Estado tuvo el valor de tocar algo tan sagrado como el bolsillo de los grandes grupos económicos del país. Con todo, la salud del público salió favorecida, así como la prensa y revistas en general, que recibían ahora las campañas de publicidad destinadas anteriormente a la Radio y Televisión.

Si la prohibición de cuñas de cigarrillos fue mala para la economía de las emisoras, dicha economía se vería minada una vez más ese mismo año con el cumplimiento de la prohibición de publicidad de bebidas alcohólicas. El 11 de septiembre de 1981 la Presidencia de la República emitió el decreto No. 1.200 en el que se prohibía, a partir del 1o. de enero de 1982, la transmisión por estaciones de radiodifusión, sonora o audiovisual, de la propaganda de bebidas alcohólicas.

LA VIDEO-MUSIC

Hace ya un par de años como mínimo que se ha popularizado en Venezuela la "video-mu-



sic" o videos musicales, como la onda expansiva de una terrible explosión musical de rock que nos ha invadido también a nosotros. Su proceso fue relativamente sencillo. Los primeros "video-music" fueron apareciendo como un relleno de la programación ordinaria en televisión. Luego se ganaron un espacio particular en los programas maratónicos de variedades, magazines, etc., como una atracción más y posteriormente tuvieron su programa en solitario.

Comenzó formalmente "Musiuito" Lácavalerie, hacia principios del año 82, con un espacio de cinco minutos en "Lo de Hoy", un programa matutino, tipo magazine, que transmitía RCTV, canal 2. Allí "musiuito" actuaba como una especie de Video-Jockey, mostrándonos los últimos éxitos del momento. Como fue toda una sensación, el espacio fue imitado un poco más tarde por los otros canales, utilizando como presentadores a diversos personajes de la actualidad nacional, misses como Pilín León, locutores famosos, etc. El boom de la "video-music" había comenzado a rodar.

Más adelante vino "la Video-Jockey", en la personalidad de Corina Castro, una gran locutora y modelo de nuestra televisión, quien por espacio de media hora por el canal nacional (5) nos traía los grupos musicales de modo o todo video musical que caía en sus manos. El programa de corte variado tuvo su impacto en la juventud. Aun sin aportar nada de fondo, a no ser la extravagancia en vestimenta y en presentación de los diversos grupos de rock, con atuendo y gesticación tipo "punk", el programa se hizo popular entre los jóvenes y los no tan jóvenes, al mismo tiempo que ayudaba a la transculturización de nuestro pueblo. Después de saltar por breve tiempo del canal cultural a la planta matriz, Venezolana de Televisión, canal 8, también estatal, el programa fue sacado del aire en una reestructuración de la programación de dicha emisora. Otros programas a base de video-music, también de corte juvenil, dentro de los canales privados de televisión, corrieron más o menos la misma suerte.

Sin embargo, esto último no quiere decir que los videos musicales hayan desaparecido del escenario, no. Se utilizan como una parte esencial de relleno de la programación, principio o fin de los grandes espacios de las plantas, etc. Si bien no alcanzan ahora la profusión de hace dos o tres años, su papel sigue siendo importante. Es la nota que da un colorido musical moderno a cierto tipo de programación, intentando hacer creer que están en "la onda joven". Es también el intento por estar siempre en permanente contacto con lo último en el mercado, ya que la "video-music" en la programación o en videocassette es todavía un buen producto para ganar grandes cantidades de dinero.

VISITA PAPAL A VENEZUELA

La visita que realizó el Papa Juan Pablo II a Venezuela el pasado mes de Enero marca un hito en el país en cuanto a cobertura radio-televisiva se refiere. Una gran parte de los 70 millones oficiales, destinados a los aspectos generales de la visita se emplearon en los Medios Masivos. Alrededor del 80% de la población total presenció los diversos actos programados de la visita a través de la Radio o la Televisión.

La cobertura de los actos principales se realizó en "directo" en todo momento, muchas veces en cadena nacional, cuya señal se originó siempre en la Televisora del Estado, canal 8. En ocasiones especiales los canales privados apoyaron logísticamente la transmisión a nivel nacional. Esta cobertura total de los eventos de la visita ocasionó la movilización de cuantiosos recursos técnicos -numerosas unidades móviles, cámaras adicionales, etc— además del personal especializado necesario para manejar todos los equipos. Se criticó, sin embargo, el que se evitara a toda costa el que apareciera en la imagen televisiva las partes "miserables" de las ciudades visita-

das por el Papa en las que viven millones de venezolanos, así como la tendencia a un cierto esteticismo de expresión por encima de la importancia y significado de los hechos en sí mismos. Creemos que éstas son cosas de poca monta ante la calidad de la imagen transmitida y la cantidad de horas de trabajo y transmisión que proporcionaron la radio y televisión venezolanas. Fue un gran intento de colaboración nacional a nivel de medios entre el Estado y la empresa privada y creemos que se logró a plenitud, si exceptuamos pequeños baches, quizás inevitables, que no pueden enturbiar la labor lograda.

Por otro lado, no podemos pasar por alto la campaña de preparación a la visita Papal, La Comisión Oficial de la Iglesia Católica coordinó la producción y colocación de 12 cuñas de televisión, 100 cajetines de radio y unas 400 vallas con mensajes alusivos a la visita. Se acuñaron varios slogans como "Renueva tu Fe" o "El Papa es tu amigo, búscale y encuéntrate". Se imprimieron afiches con mensajes alusivos que aparecieron en comercios, bancos, etc.

Por su parte, la televisión privada no se quedó atrás. Se mencionó y se entrevistó a diversos personajes, principalmente obispos, en programas de diversa índole, tanto matutinos como vespertinos, magazines o de opinión, "Lo de Hoy", "A puerta cerrada" "Buenos días Venezuela", "Primer Plano", etc. En esta labor se destacó Radio Caracas Televisión, canal 2, por la riqueza y variedad de los programas que transmitió. Venevisión, canal 4, fue quizás la televisora más descarada al intentar aparecer como el canal amigo del Papa por excelencia. Presentaron en su programación diversas películas de tono religioso —del mismo modo que lo hicieron los demás canales— junto a documentales sobre Roma, el Vaticano, etc. Inclusive, destacaron un equipo a la Ciudad Eterna para la realización de un documental sobre la próxima visita del Pontífice. Una nota discordante en este canal fue la transmisión de un programa titulado "La Iglesia de la Cruz", un programa que puede servir de ejemplo para enseñar las técnicas de manipulación de que disponen los Medios: simulación de cientificidad, equívocos, fragmentación de entrevistas, selección unilateral de textos, etc. Pero en conjunto, volvemos a repetir, fue un gran esfuerzo, muchas horas de trabajo y una expresión televisiva realmente excelente.

CONCESION DE SATELITE A LA EMPRESA PRIVADA

Uno de los últimos acontecimientos de este año ha sido la concesión de acceso directo al satélite a los canales privados de televisión, anteriormente exclusivo del Estado. Esto último se puede entender de dos maneras: primera, los canales privados pueden contratar directamente los servicios de transmisión vía satélite sin pasar por los controles del Estado: segunda, se ofrece la oportunidad en el futuro de que los mismos canales privados puedan poseer sus propios satélites de comunicaciones, lo que significaría un gran avance tecnológico para el país, al mismo tiempo que un contacto directo y permanente con el mundo entero, sin hablar de las repercusiones políticas y económicas que ello supondría. Por el momento, sin embargo, es sólo una posibilidad.

comunicación

ESTUDIOS VENEZOLANOS DE COMUNICACION
PERSPECTIVA CRITICA Y ALTERNATIVA