

Tendencias y perspectivas de la televisión en Venezuela

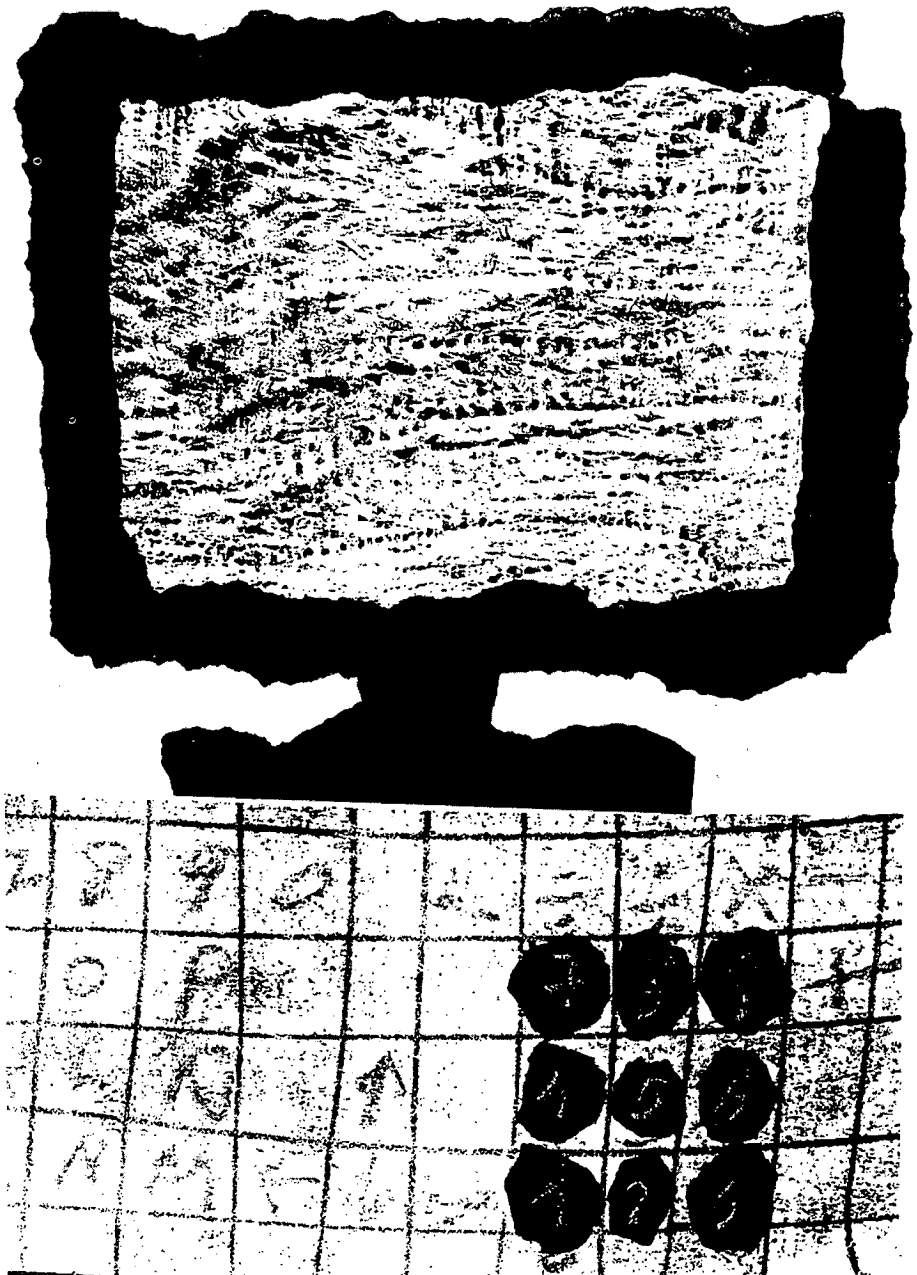
■ **Gustavo Hernández Díaz**

Estos son los rasgos más significativos de la televisión en Venezuela, en este último cuarto de siglo:

1. SE HIPERLIBERAN LAS CONCESIONES DE TELEVISIÓN EN EL GOBIERNO DE CALDERA (1994-1999)

En el período presidencial de Carlos Andrés Pérez (1989-1993)¹ y en el gobierno de Rafael Caldera (1994-1999) se fomentó el otorgamiento de concesiones para la prestación de la televisión a los entes privados. No obstante, el gobierno de Caldera respaldó aún más la entrega de dichas concesiones, hasta el punto de que autorizó el funcionamiento de 36 estaciones, de las cuales 15 pertenecen a la frecuencia UHF y 21 a los canales comerciales por suscripción; mientras que en el de Pérez sólo transmitían 6 UHF y 2 por suscripción, haciendo un total de 8 permisos que se concedieron para este tipo de frecuencias.

Permítasenos un breve comentario sobre la radio en Venezuela, aunque éste no sea el tema que nos ocupa. De la misma forma que el gobierno de Caldera favoreció abiertamente a los empresarios de la televisión, mediante el otorgamiento de permisos de operación de televisoras en todo el país, el gobierno de Jaime Lusinchi (1983-1988), en el último año de su gestión y en pleno calor electoral, también hizo lo mismo con el sector empresarial para que explotasen un total de 52 emisoras en FM. Antes de 1988, solamente transmitían en forma regular 4 estaciones, incluyendo la Emisora Cultural de Caracas, pionera en este tipo de frecuencia. De este paralelismo histórico colegimos que el Estado depende políticamente de los medios para conseguir votos, y éstos



Cuadro N° 1
NUMERO DE ESTACIONES DE TELEVISION EN VENEZUELA 1994-1998

	1994	1996	1997	1998
VHF	16 80%	18 49%	18 36%	19 30%
UHF	2 10%	9 24%	21 42%	21 33%
Suscripción	2 10%	10 27%	11 22%	23 36%
Tptal	20	37	50	63

Datos suministrados por Conatel. Procesados por Gustavo Hernández Díaz.
Incremento de 12 canales por suscripción de 1997 a 1998.

dependen económicamente de aquél para hacerse de las concesiones (Hernández, 1996).

Aun cuando, entre 1997 y 1998, no hubo crecimiento notable en el sistema VHF y UHF, todo lo contrario ocurrió con la televisión por suscripción (señal paga), ya que en ese par de años, se incorporaron al espectro radioeléctrico 12 canales más. Estadísticas provenientes de la Cámara Venezolana de Televisión por Suscripción (CAVETESU, 1997), indican que la estructura económica y financiera de la televisión de señal paga se alimenta fundamentalmente de los capitales privados y de la facturación mensual y anual que estas empresas generan por concepto de número de suscriptores. Para el año de 1997, la inversión alcanza el tope de un millón de dólares, mientras que la facturación promedio por suscriptor oscila entre de Bs. 12.441,50 y Bs. 149.298 mensual. En consecuencia, el promedio total por facturación anual para la industria es de poco más de 64 millardos. Por otra parte, entre 1997 y 1998, las inversiones en este ramo televisivo oscilaron entre 200 y 250 millones de dólares. Dichas inversiones aspiran para principios del siglo venidero un crecimiento que alcance los 1.360.000 suscriptores, lo cual requerirá una inversión adicional de un millardo de dólares.

El solo hecho de que se detecten una enorme cantidad de emisoras privadas en VHF, UHF y por suscripción funcionando en el país, denota que el sector aporta ingentes sumas de dinero en su infraestructura técnica a fin de optimizar y asegurar su cobertura, a escala nacional, regional y/o local con el objeto de difundir sus programas, sus promociones y publicidad. Prueba de ello es que la capacidad de kilowatts de las televisoras privadas, desde 1991 hasta 1998, se ha incrementado pro-

gresivamente, en tanto que las públicas-gubernamentales (VTV y TVN-5) durante 1991 y 1993 sufrieron una pérdida importantísima de 1.907 kW de potencia, por la suspensión temporal de TVN-5, como consecuencia de la precaria asignación presupuestaria estatal que repercute negativamente en el funcionamiento de las antenas repetidoras encargadas de transportar la señal en todo el país.

Hasta 1998, los canales privados han alcanzado el rango máximo de potencia de 12.627 kW (81%), mientras que VTV (público) apenas se acerca a 2.879 kW (16%), desde 1994. Este patente dominio de lo privado sobre lo público en cuanto a potencia efectivamente irradiada (PEI) no es nada nuevo. Para enero de 1975, el estudio de Ratelve reportaba 78 kW de la PEI entre los canales TVN-5 y VTV, mientras que 106 kW se concentraban entre RCTV y Venevisión. Volviendo a 1998, TVN-5 no disponía de programación propia, convirtiéndose, en muy poco tiempo, en apéndice herziano de VTV-Canal 8, la cual utilizaba caprichosamente su señal para transmitir programas deportivos y juegos de envite y azar. Sorpresivamente, en noviembre de ese año, TVN-5 es patrimonio del sector eclesiástico, denominándose desde ese entonces ValeTV. Este suceso, sin lugar a dudas, ha minimizado la presencia del ámbito de lo público en la televisión venezolana y, asimismo, atenta contra los enfoques de servicio público que se han gestado en el país en el campo comunicacional, los cuales albergaban la posibilidad de fomentar, a través de VTV y TVN-5, una programación alternativa cuyos contenidos respondieran a las numerosas necesidades de la audiencia en el orden de la cultura, el entretenimiento, la información y la orientación ciudadana, que desde la perspectiva de la televisión privada reci-

Cuadro N° 2
CRECIMIENTO DEL NUMERO DE USUARIOS DE LA TELEVISION POR SUSCRIPCION HASTA EL AÑO 2000

Años	Usuarios
1989	30.000
1990	70.000
1991	80.000
1992	92.000
1993	110.000
1994	130.000
1995	220.000
1996	286.000
1997	429.000
1998	643.000
1999	1.029.000
2.000	1.360.000

Fuente: Cavetesu, año 1997

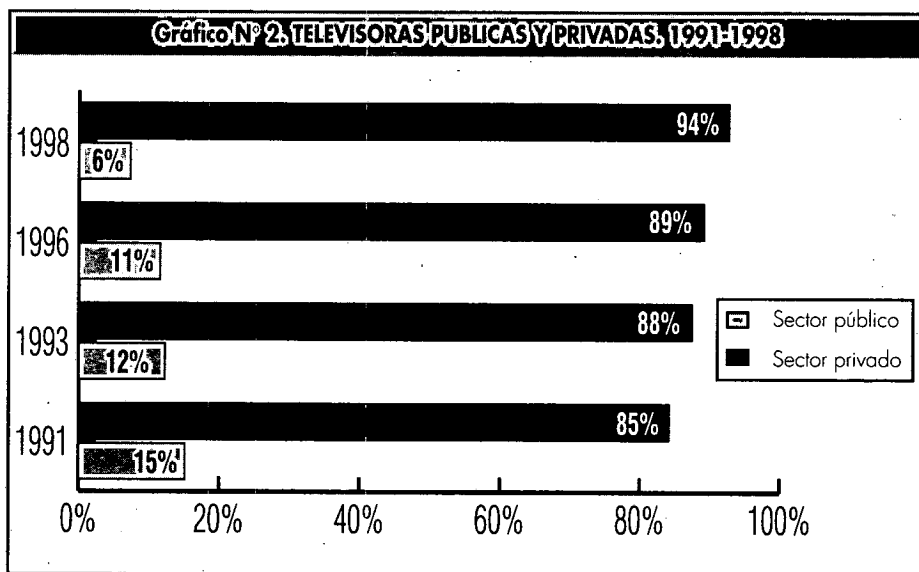
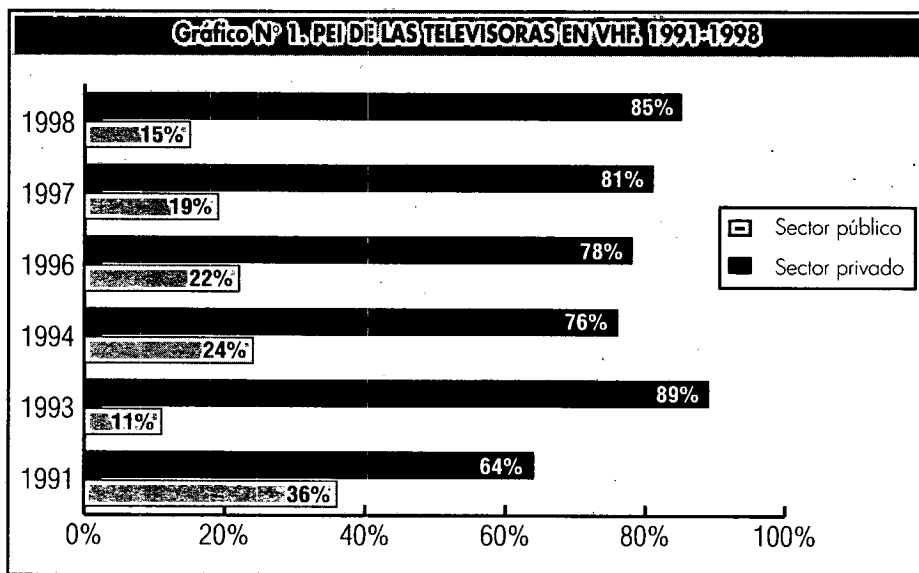
ben, en la mayoría de los casos, un tratamiento banal o sensacionalista.

De todo lo argumentado hasta ahora es indudable que la inversión publicitaria no sólo incide notablemente en una eficiente infraestructura tecnológica que garantice la cobertura, sino además en:

«1. La recomposición económica derivada de las nuevas inversiones, sobre todo las privadas, en torno a los servicios agregados de las telecomunicaciones. 2. Los cambios en el porcentaje de la población activa que trabaja en las industrias culturales, en comparación con otros sectores. 3. La multiplicación de las fuentes de producción y emisión audiovisual a partir de la liberación de las antenas parabólicas y la concesión de frecuencias para UHF y cable. 4. La segmentación de los públicos y las pautas de consumo cultural.» (Aguirre, Bisbal y colaboradores, 1998). Así como en la diversificación de los programas en los medios no tradicionales de difusión: videohome, cablevisión, y multimedia.

2. DOMINIO PATENTE DE LA INDUSTRIA TELEVISIVA PRIVADA DESDE LA DÉCADA DEL 50

En los últimos cuarenta años, hemos sido testigos del crecimiento indetenible de la industria televisiva privada. Preludiando la década del 50, el General Marcos Pérez Jiménez, Presidente de la Junta Militar que regía para ese entonces, inaugura el 22 de noviembre de 1952, el primer canal público



de televisión de Venezuela, la Televisora Nacional (TVN-5), con las siglas YVKA-TV. Quisiéramos imaginar la cara del General y de su comitiva, cuando apenas comenzado el acto inaugural y después de la bendición que impartió el Arzobispo de Caracas, Monseñor Coadjutor Rafael Arias Blanco, se suscitó un grave accidente en uno de los transformadores, viéndose forzados a suspender las transmisiones hasta el 1 de enero de 1953. No pretendemos insinuar que esta inoportuna caída de señal marcó para siempre el destino nefasto de este canal. No obstante, es oportuno señalar que desde su inicio, tuvo siempre un alcance de señal muy limitado. Durante dos décadas de transmisión cubrió solamente el área metropolitana de Caracas; y es en 1976 cuando expande su señal a algunas entidades federales del país.

Seis meses después de haber comenzado sus transmisiones TVN-5, la iniciativa privada en torno al mercado de la industria de la televisión, no se hizo esperar. El 30 de mayo de 1953, sale al aire el primer canal privado de televisión, Televisa YVLV: Canal 4, cuya cobertura era sustancialmente mayor que la de TVN-5 (público), ya que alcanzaba no sólo el Dto. Federal, sino también el Litoral Central, con sus respectivas antenas repetidoras en Valencia, Maracay y La Victoria. Pocos meses después, el 15 de noviembre de 1953, sale al aire otro canal privado, Radio Caracas Televisión. Entre 1955 y 1956 propagó su señal a la zona de Caracas, Litoral Central, Aragua, Carabobo, Falcón, Lara, Yaracuy y Zulia.

No siendo suficiente esta tajante demostración del sector privado de la tele-

visión en cuanto al afianzamiento de su cobertura, el 5 de mayo de 1956 y el 1 de octubre de 1957 se fundan en Maracaibo los dos primeros canales regionales privados de Venezuela: el primero denominado Televisa del Zulia S.A.; y el otro Ondas del Lago Televisión, Canal 13; luego le seguiría un tercero, Radio Valencia Televisión, fundada por los empresarios valencianos Miguel Aché y Teodoro Gubaira, el 20 de septiembre de 1958.

Este brevísimo recuento de la televisión en Venezuela, en los 50, nos lleva a inferir que los concesionarios privados han sido pioneros en cuanto al fomento de televisoras nacionales y/o regionales, mientras que el Estado siempre se ha mantenido al margen de las propuestas de expansión e industrialización televisiva.

Hoy más que nunca, la relación entre el sector público y privado de la televisión VHF, favorece superlativamente a lo privado, si consideramos que desde 1976 hasta 1998, han existido únicamente dos canales públicos, Venezolana de Televisión (VTV-Canal 8), y la Televisora Nacional de Venezuela (TVN-Canal 5). Por otra parte, el sector público de la televisión ha sufrido un inusitado revés, debido a que el ex-presidente de la República, Rafael Caldera, concedió, en forma inconsulta y unilateralmente, el Canal 5 (TVN-5) al Arzobispado de Caracas, constituyéndose el 19 de noviembre de 1998, Valores Educativos Televisión (ValeTV), "Asociación Civil sin fines de lucro que se financiará a través de: Aportes económicos de la publicidad corporativa... aportes presupuestarios gubernamentales, donaciones corporativas individuales, aportes de instituciones u organizaciones nacionales e internacionales, aportes de derechos de transmisión de programación educativa o cultural producto de la cesión de tales derechos de canales de televisión del sector privado"². Además de los incentivos económicos de las principales televisoras comerciales del país.

Con esta acción, suerte de golpe de Estado Comunicacional, Caldera pasó por encima del Artículo Nº1 de la Ley de Telecomunicaciones de 1940, la cual expresa la idea de que el tema de las comunicaciones implica una decisión de Estado y no unilateral del Presidente de la República. De acuerdo con la documentación que tenemos no cabe duda que la concesión de ValeTV fue tomada en la soledad presidencial con la estricta compañía de los beneficiarios de la misma.

3. PARADÓJICA COBERTURA DE LA TELEVISIÓN PÚBLICA

El país cuenta con 192 repetidoras que trasladan la señal televisiva a escala nacional, local y regional. De ese total de repetidoras, el 34% y el 66% pertenecía, hasta el primer semestre de 1998, al ámbito de lo público y privado, respectivamente.

En la actualidad el panorama ha cambiado enormemente ya que 15 de las repetidoras de señales, patrimonio de TVN-5, ha pasado a formar parte de la empresa televisiva privada denominada ValeTV. De manera que ha aumentado aún más el poder de emisión de las televisoras comerciales hasta el punto de alcanzar el tope de 74% en tanto que lo público ha quedado reducido a un 26%. No obstante, la pérdida de antenas repetidoras no es lo que más nos debería llamar la atención. Aun cuando, hipotéticamente, TVN-5 estuviera funcionando sin contratiempos, su señal no sería nítida y en muchos casos ni siquiera cubriría todo el territorio nacional debido a la falta de mantenimiento de su infraestructura tecnológica. Paradójicamente, VTV no escapa de este problema, a pesar de que sus repetidoras instaladas superan con creces a los canales nacionales comerciales (RCTV, Venevisión y Televen).

Sin embargo, yendo más allá de las graves fallas técnicas que signan a ambos canales, se erige un factor que consideramos determinante: el precario presupuesto que se les ha asignado desde 1976 hasta 1998, cuando estas compañías televisivas se fusionaron bajo la representación de la Corporación Venezolana de Fomento, la nación venezolana y la Cantv. Basta un ejemplo para ilustrar esta afirmación: en 1990, el Ejecutivo Nacional aportó a VTV-Canal 8, 243,7 millones de bolívares, mientras que los ingresos propios por concepto de publicidad alcanzaron la suma de 1,1 millardos, lo cual suma 1,3 millardos de bolívares como la totalidad de sus ingresos. Este patrimonio no fue suficiente para cubrir un enorme déficit: sólo 894 millones se destinaron para cancelar nóminas de pago y para sostener la caja de ahorros de los empleados. Con semejante cuadro contable fue obvio que se suspendiera todos aquellos proyectos destinados a fomentar la producción nacional, las coproducciones y la compra de programas importados de alta factura educativa y cultural.

Cuadro N° 3. NUMERO DE REPETIDORAS Y COBERTURA OFICIAL DE TELEVISORAS EN VENEZUELA, Primer semestre de 1998

Canales	N° de repetidoras	Nacionales	Regionales	Locales
VTV	50 (26%)	1		
TVN-5	15 (8%)	1		
RCTV	32 (17%)	1		
Venevisión	35 (18%)	1		
Televen	26 (14%)	1		
Amavisión	1 (0.5%)			1
Telecaribe	8 (4%)		1	
TVOriente	2 (1%)			1
TeleBoconó	4 (2%)		1	
TVGuayana	2 (1%)			1
NCZTV	3 (2%)		1	
Omnivisión	1 (0.5%)			1
TAM	4 (2%)		1	
TRT	2 (1%)			1
Telesol	3 (2%)		1	
Televisa	1 (0.5%)			1
Teleéxito	1 (0.5%)			1
TVllano	1 (0.5%)			1
TeleCentro	1 (0.5%)			1
Totales	192 (100%)	5	6	9

Fuente: Conatel/1998. Datos procesados por Gustavo Hernández Díaz.

Cuadro N° 4. RELACION INGRESO, APORTES DEL EJECUTIVO E INGRESOS PROPIOS VTV-CANAL 8. Años 1976-1990

Años	Ingresos Ejecutivo	Ingresos propios	% Ejecutivo	% Propios
1976	—			
1977	65.906.168		100	
1978	65.911.513	5.509.730	92	8
1979	92.295.335	1.093.190	99	1
1980	89.486.547	9.551.647	90	10
1981	114.299.992	18.302.559	86	14
1982	93.097.849	68.255.209	58	42
1983	99.000.000	58.840.432	63	37
1984	107.290.738	80.016.281	57	43
1985	80.000.000	176.821.276	31	69
1986	55.308.901	284.884.990	16	84
1987	54.919.074	335.067.897	14	86
1988	50.000.000	447.747.120	10	90
1989	87.054.546	535.711.921	14	86
1990	243.720.800	1.140.745.800	18	82
TOTAL	1.303.291.463	3.162.548.052		

Fuente: Conatel/1997.

4.- LOS NOVENTA: MÁS CANALES Y PROPIETARIOS; LA ORGANIZACIÓN DIEGO CISNEROS CONCENTRA SU ACTIVIDAD ECONÓMICA EN LAS TELECOMUNICACIONES Y EL GRUPO PHELPS DIVERSIFICA SU MERCADO

Hasta julio de 1988 operaban en Venezuela cuatro televisoras, las cuales estaban ubicadas en el Dto. Federal, Caracas. Estas son: Televisora Nacional de Venezuela (1952), Venezolana de Televisión (1974), Radio Caracas Televisión (1953) y Venvisión (1961). Las dos primeras, como es archiconocido, son públicas-gubernamentales, mientras que los canales restantes pertenecen a los consorcios privados Phelps y Cisneros, respectivamente.

En esta dirección es menester precisar que hubo de transcurrir más de tres décadas (1953-1988), para que incursionara otro canal privado en el espectro herziano del Dto. Federal. Así pues, el 3 de julio de 1988 se inaugura Televen-Canal 10. Su capital inicial fue de 400 millones de bolívares, patrimonio que, en parte, se invirtió en el alquiler del satélite Intelsat VI-F4, y en la instalación de 19 estaciones repetidoras a fin de garantizar la presencia de este canal en todo el país. Los principales accionistas de Televen para aquel entonces fueron el empresario Omar Camero, el exministro Alberto Federico Ravell y el animador Guillermo González.

Por otra parte, durante las décadas de los ochenta y los noventa paulatinamente se desmorona el monopolio de la televisión pública y privada en Venezuela, específicamente, el de los canales antes señalados, como consecuencia de las medidas desregulatorias que se aplicaron en materia de telecomunicaciones en el gobierno de Jaime Lusinchi (1983-1988). Estas medidas consistían en liberar las concesiones en la banda VHF y UHF con miras a que se explotasen en el interior del país. En 1985, el Estado otorga concesiones a un total de 7 empresas de televisión regional; y en la década del 90 avala el funcionamiento de 36 televisoras, de las cuales 15 operan en la banda VHF y 21 en la banda UHF.

Estos son algunos de los concesionarios privados que se estrenan en el negocio de la televisión regional en ese período: Pablo Miliani (Teleboconó), Restituto Calvo Fuentes (Teleéxito), César Prato (Telecaribe), David Natera Febres (TVGuayana), Ignacio Javier Navarro (Telecentro), Oswaldo Rueda

Cuadro N° 5. BALANCES DE CUENTA DE ALGUNAS TELEVISORAS REGIONALES, Primer semestre de 1997			
Canales	Ingresos	Egresos	Balance
TeleBoconó	21.014.811	21.845.596	(-) 830.785
Teleéxito			
Telecaribe			
TVGuayana	308.299.123	425.139.671	(-) 116.840.548
Telecentro	144.394.000	162.389.782	(-) 17.995.782
TRTáchira	176.934.686	95.375.967	81.558.719
Telesol	112.207.749	2.432.145	109.775.604
TVOriente			
Promar			
TVLlano	123.320.894	316.518	16.995.624
NCZTV	479.390.781	152.368.525	327.022.256
Televisa			
Telecolor	6.327.953	166.387	6.161.566
ZulianaTV		12.481.638	(-) 12.481.638
Amavisión			
TVMaracay			
TAMérica			
TOTALES	1.261.889.997	872.516.229	

Fuente: MTC/1997. Datos procesados por Gustavo Hernández Díaz (ININCO - UCV).

(Televisora Regional del Táchira), Luis Manuel Peñalver Gómez (Telesol), Pasqual Cirigliano Martínez (TVOriente), Leslaw Mariano Kossowki (PromarTV), Giovanni De Angelis Di Filippo (TVLlano), Gustavo Ocando Yamarte (Niños Cantores del Zulia), Elvin Portillo (Telecolor/Zulia), Carlos González Mazzei (ZulianaTV), Enrique Porras Cardozo (Amavisión), Filippo Sindoni Giordina (TVS/Maracay), Ramón Ovidio Pérez Morales (Niños Cantores/Lara).

Al presente, transmiten en el país 19 televisoras en VHF, de las cuales una, TVN-5, era estatal hasta casi finalizando el segundo semestre de 1998. Para 1999, solamente contamos con una televisora pública-gubernamental, VTV-C8 y con un abanico de emisoras comerciales que suman 18. Asimismo, de esas 19 televisoras, 13 son regionales, y 6 transmiten desde la zona metropolitana de Caracas.

Modificando levemente la clasificación que hace Moragas Spà (1996) sobre la televisión en las regiones, los canales de la provincia son de gestión semi-autónoma y de influencia regional y local en virtud de que dependen en mayor o menor grado de la televisión nacional para producir sus espacios, transportan la señal a su mismo estado o hacia otros y además difunden una programación competitiva

comercial a lo largo de toda o buena parte de la franja horaria. Los canales que abarcan un amplio número de entidades federales son: Telecaribe, Niños Cantores del Zulia-TV, Teleboconó, Televisora Andina de Mérida, Telesol, el resto responde posiblemente a las demandas locales.

Asimismo, instituciones como la industria petrolera y minera, las universidades y las iglesias se están incorporando gradualmente al mercado de la televisión regional. La industria petrolera cuenta con cuatro canales en status de operación (Lagoven S.A., La Voz de Maraven, Maraven y Corpoven S.A.); la industria minera suma dos, una en observación, Ferrominera del Orinoco y otra en operación, Bauxiven. Las universidades Simón Bolívar, Carabobo y de Los Andes se hallan en período de instalación, reserva e instalación. Además, Conatel ha reservado a la iglesia otro canal, concretamente, a la orden de los Hermanos Constantinos.

Una elemental lectura de los balances de cuenta de estos canales permite constatar que la industria de la televisión regional es un negocio lucrativo. El 31 de diciembre de 1995, la relación ingresos-egresos ha sido sumamente favorable para algunas empresas televisivas, mientras que otras no han arrojado pérdidas significativas considerando que se encuentran

Cuadro N° 6. INTERRUPCIONES DIARIAS DE LAS 17 TELEVISORAS NACIONALES Y REGIONALES. Fecha: 16-10-96

Canales	Interrupciones permitidas por el decreto 2.625 del MTC	Interrupciones diarias de los canales nacionales y regionales
RCTV	96	91
Venevisión	96	114 (+18)
Televen	96	98 (+2)
VTV	72	69
TAMérida	65	63
TRTáchira	92	37
NCZTV	66	72 (+6)
TeleBoconó	22	20
Telecentro	59	74 (+15)
TVLlano	59	73 (+14)
Amavisión	46	0
TVOriente	64	79 (+15)
Telesol	63	61
Televisa	63	65 (+2)
TVSindoni	63	83 (+20)
TVGuayana	47	46
Zuliana TV	72	69

Cuadro elaborado por Gustavo Hernández Díaz (ININCO - UCV).

en el momento que los economistas llaman de recuperación de la inversión inicial o retorno. Citemos dos ejemplos: Televisora Regional del Táchira facturó 176 millones de bolívares mientras que sus egresos apenas alcanzaron los 95 millones. Igualmente, el estado financiero de Telesol para ese mismo año reflejaba 112 millones de ingreso bruto con una pérdida insignificante de 2 millones de bolívares. La regionalización de la televisión abierta es un hecho. De allí que se estima que para el próximo milenio funcionarán aproximadamente 20 canales más.

En cuanto al régimen de propiedad de los medios, hemos constatado que la Organización Diego Cisneros (ODC), en las postrimerías de los noventa, ha concentrado básicamente su actividad económica en el área de las telecomunicaciones. No sucede así con el Grupo Phelps (GPH) cuya inversión de capital, durante las dos últimas décadas, no ha variado sustancialmente, toda vez que continúan diversificando su mercado en torno a la producción discográfica, alimentos, comercialización y comunicaciones (Aguirre, Bisbal y colaboradores, 1998).

No obstante, es conocido que el GPH ha abandonado una serie de mercados vinculados a la compra y venta de inmuebles, comercio de automóviles, espec-

táculos, compra-venta y distribución de libros, entre otros, (Giménez y Hernández, 1988). De igual forma, entre 1992 y 1994, la ODC procede a la venta del Circuito Radiovisión, Helados Tío Rico, autotercados Cada y la red de tiendas Maxy's (vendidos al grupo colombiano Cativen), mientras que la empresa discográfica Rodven pasa a formar parte de la transnacional Polygram, (Cañizález, 1997).

Al presente, el GPH tiene en su haber tres empresas de producción musical y de espectáculos (Sonográfica, Academia y Orinoco), cuatro entre alimentos y bebidas no alcohólicas (Mavesa, Yukery, Pampero y Toddy), dos de comercialización (Coral y Orinoco) y tres medios de difusión masiva (Radio Caracas Radio, Radio Caracas Televisión y El Diario de Caracas). Por otra parte, la ODC en su empeño de globalizar su economía y de consolidarse en el sector de las telecomunicaciones ha enclavado su participación accionaria en televisión (Venevisión, Televen, Chilevisión, Galaxy Latín, Univisión, Cablevisión y Caribbean Communications Network) en satélites (América «DirecTV»), en telefonía celular (Telcel y Sprintel), en informática (Apple/NCR), en videos (Blockbuster) y en menor medida en gaseosas (Coca Cola). Finalizado 1998, tanto el GPH y la ODC incur-

sionan en el financiamiento directo de un canal de la Iglesia, ValeTV.

5. LA PROGRAMACIÓN TELEVISIVA EN VENEZUELA. LA REGIÓN DIO EL EJEMPLO: MAYOR DIVERSIDAD DE PROGRAMAS EDUCATIVOS Y CULTURALES; LOS NACIONALES, MÁS DE LO MISMO: LA VIOLENCIA COMO PLATO FUERTE DE CADA DÍA

Han sido muy escasos y discontinuos por parte del sector académico venezolano los estudios sobre la programación televisiva. No en balde, aparte del trabajo pionero de Pasquali (1967), en esta área investigativa, apenas podemos citar unos cuantos trabajos relevantes y confiables, desde el punto de vista teórico-metodológico, que han sido publicados en libros, revistas especializadas, tesis de grado, o que forman parte de proyectos académico-institucionales. Nos referimos, concretamente, a los trabajos de Safar (1990), de Alvaray, Arenas y Tkachenko (1991), de Avilés y Lloret (1996) y de Hernández (1996)³, los cuales han descrito cuantitativa y cualitativamente la estructura de la programación televisiva en el país, en diferentes momentos. No obstante, hay que hacer la salvedad que los estudios realizados por Alvaray, Arenas y Tkachenko (1991) y Hernández-ININCO (1996)⁴ son los primeros en su naturaleza, ya que dan a conocer la composición programática de los canales de alcance nacional (Venevisión, Radio Caracas Televisión, Televen y Venezolana de Televisión), así como a los que operan, también, a nivel regional. Por otra parte, el ININCO ha inaugurado los análisis orientados a diagnosticar la presencia de la violencia en la programación televisiva en Venezuela. A través del proyecto institucional *Televisión y Niños: Comunicación y Educación para la Percepción Activa de la Televisión*⁵, se han realizado varios seguimientos de la programación de los canales en VHF del Dto. Federal, con el objeto de analizar las modalidades de violencia que se presentan en sus contenidos. A continuación daré cuenta de las premisas y los resultados generales que se desprenden de los estudios de Hernández (1996)⁶ y Bogarín (1997)⁷, sobre la base de cinco aspectos fundamentales: 1. Perfil programático de la televisión pública y privada; 2. Distribución de los géneros de los canales de cobertura nacional y regional; 3. Procedencia de los programas (nacional o extranjera); 4. Transgresión al

decreto 2.625 del Reglamento de Parcial sobre Transmisiones de Televisión⁸; 5. Presencia de la violencia en la programación. *Los canales nacionales difundieron más promoción⁹ y publicidad que los regionales.* No debemos olvidar que aquellos canales, en especial Venevisión, RCTV y Televen, reciben casi el 70% de la inversión publicitaria del 80% que, actualmente, destinan los anunciantes (dueños de los productos y/o servicios), a la industria televisiva del país. Inversión que en metálico supera los 20 mil millones de bolívares en publicidad neta.

No obstante, cabe preguntarse: ¿Qué medidas de financiación asumirán los canales regionales, a futuro, si apenas reciben el 10% de dicha inversión? ¿Cómo solventarán estos canales los gastos de operación y de producción nacional y/o foránea, ante la devaluación de nuestra moneda?

Tal como lo hemos señalado, Telecaribe, Teleboconó, Niños Cantores del Zulia, Televisora Andina de Mérida y Telesol están expandiendo gradualmente su cobertura herziana hacia otros estados. Para que esto pueda ocurrir, es evidente que estos canales, además de financiarse mediante la inversión publicitaria, reciben, seguramente, los aportes económicos de instituciones privadas y demás entes gubernamentales.

Esta es, quizás, la manera de sobrevivir, más expedita, de los canales regionales ante la avasallante competencia de los nacionales que, dicho sea de paso, históricamente han habituado al espectador a ver programas sensacionalistas y violentos, que aseguran a los anunciantes su inversión en los espacios televisivos.

Como corolario de lo anterior, los canales nacionales abrumaron al usuario de televisión con la salva casi interminable de promociones y de cortes publicitarios. Este hecho si bien favorece económicamente a los canales nacionales, por otro lado, es indudable que la hiperfragmentación de la programación constituye, en sí, un patente irrespeto a la audiencia, que espera con impaciencia el inicio o continuación del programa de su preferencia. Huelga decir que Venevisión fue el canal que más interrumpió la programación, seguido de muy de cerca por Tvorienté, Tvcentro y TvSindoni.

Al igual que Alvaray y colaboradores (1991), hemos detectado que el sector regional de la televisión transmite, por lo general, dos tipos de mensajes publicitarios. Los que provienen de los canales

Cuadro Nº 5. GÉNEROS DIFUNDIDOS POR LOS 17 CANALES NACIONALES Y REGIONALES EL 16-10-96.

Géneros	CIFRAS RELATIVAS		
	TV regional	TV nacional	TV todo el país
Prom. prog.	4,81%	8,31%	5,87%
Publicidad	6,40%	16,42%	9,42%
Informativo	17,12%	19,63%	17,88%
Documental	13,15%	1,05%	9,50%
Argumental	24,88%	42,71%	30,25%
Espectáculo	19,58%	6,29%	15,57%
Magazine	12,39%	4,88%	10,13%
Educativo	1,16%	0,00%	0,81%
Envite y azar	0,52%	0,70%	0,57%
TOTAL	100%	100%	100%
Tiempo total programación: 300:32:41			
Cuadro elaborado por Gustavo Hernández Díaz (ININCO - UCV).			

de alcance territorial y que, por ende, anuncian los bienes y servicios de los empresarios económicos con enorme incidencia en la televisión tales como Procter & Gamble, Grupo Cisneros, Colgate / Palmolive, Industria Mavesa, Procompra 2002, Empresas Polar, CANTV, Indulat / Palmalat, Organización Provincial, entre otros. Y los que son producidos, quizás, por los mismos canales y /o agencias publicitarias de la provincia, los cuales valiéndose, posiblemente, de sus propios recursos técnicos, anuncian los productos y servicios de la mediana y pequeña empresa de la región, esto es, restaurantes, transporte y derivados, hoteles, etc., con el fin de proyectar el mercado interno de cada región.

Los canales regionales apoyaron el género documental. De las 212 horas de programación que ofrecieron, en total, estos canales, 27 horas se lo dedicaron al género documental, esto es, a los contenidos de índole educativo, histórico, geográfico, científico, provenientes, en su gran mayoría, de los Estados Unidos, Japón y España, mientras que la producción nacional, en lo que atañe a este género, es muy reducida. Amavisión (Puerto Ayacucho) y la Televisora Andina de Mérida son los canales que encabezaron en este tipo de género. No así sucedió con los canales de alcance nacional, que en 90 horas de programación solamente, uno, (Televen), transmitió durante todo el día el micro cultural «Montaña Mágica» alcanzando, apenas, 57 minutos de emisión. Por otra parte, Amavisión fue el único canal que dedicó exclusivamente su

programación a los educativos-científicos, en tanto que el resto de los canales regionales alternaron este género con los informativos, argumentales y espectáculos

Estos resultados difieren meridiana mente a los presentados por Alvaray, Arenas y Tkachenko (1991), en el diagnóstico que hicieron de los 13 canales de televisión que funcionaban en el país, en marzo de 1991. Para aquel entonces dicho diagnóstico señalaba que (1991:105-106): «Los documentales y educativos son los olvidados por nuestra televisión. *Suman entre ambos 9 horas... apenas un 7% del total de las emisiones... Estas cifras son de especial relevancia puesto que la legislación venezolana, en materia de programación televisiva, hace especial énfasis en la obligatoriedad de transmitir, al menos treinta minutos diarios, de programas educativos...*» (destacado nuestro).

Los canales regionales confirieron un espacio importantísimo al género documental y/o educativo, aspecto que, por demás, nos parece, al mismo tiempo, loable y osado, si tomamos en cuenta que para 1996, las mujeres preferían los bloques noticiosos y las novelas de la tarde y noche; los hombres se inclinaban más hacia los programas deportivos, noticieros y novelas de la noche, mientras que la audiencia infantil reflejaba claramente su interés hacia el bloque infantil y humorístico (AGB, 1997)¹⁰.

Predominio de los programas nacionales sobre los extranjeros. ¿Debemos sentirnos optimistas? Pues no. Aun cuando la programación nacional superó a la extranjera en tiempo de progra-

mación, esto es, 196 horas (64%) versus 104 horas (36%), respectivamente, ello no implica que, necesariamente, estemos ante la presencia de un abanico de posibilidades temáticas que fortalezcan el crecimiento espiritual y cultural de la audiencia, en especial de la infantil y juvenil. Si hacemos el desglose, detallado, de los contenidos predominantes de nuestra televisión nacional y regional, los canales de alcance territorial (VTV, RCTV, Televen y Venevisión), develan una frontal inclinación por los seriales, informativos, musicales, megazines, telenovelas y juegos de envite y azar, contenidos, de por sí tradicionales de la televisión venezolana. Esta situación varía levemente en los canales regionales, los cuales si bien copian, en cierta forma, el estilo de programación de los nacionales, también conceden especial relevancia a los contenidos educativos, culturales y científicos.

Casi todos los canales transgredieron el Reglamento Parcial sobre Transmisiones de Televisión (Decreto 2.625). Estos fueron los artículos que, especialmente, violaron los canales nacionales:

«Artículo 4: Las transmisiones Clase Orientación de Adultos (OA), no incluirán: a) Mensajes contrarios a la institución familiar... f) Rituales satánicos y de brujería, presentado como solución a los conflictos humanos... j) patología o perversiones sexuales, relacionados con homosexuales... o pornografía en general... Artículo 13: En las transmisiones de los programas... (dirigidos a los niños) se tenderá a la elevación moral y al sano esparcimiento y se procurará la formación de los niños y de los menores de dieciocho años respectivamente, mediante el desarrollo de temas que complementen sus conocimientos... Artículo 18: Las estaciones de televisión dedicarán semanalmente, un mínimo de cuatro por ciento del tiempo total de transmisión, a las transmisiones educativas... A este último efecto, se dará preferencia a los micros informativos que elabore el Ministerio de Educación, quien proyectará su contenido para la orientación del personal docente y los educandos».

Asimismo, los *Reality Shows* (programas que presentan temáticas patológicas de la condición humana) y las comiquitas como *Ren y Steping* y *The Monsters*, infringieron hasta el cansancio los artículos N° 4 y 13 del decreto 2.625. Por otra parte, Amavisión (Puerto Ayacucho) fue el único canal que transmitió contenidos de

índole educativa (TvEducativa, TV-Escolar, Educación para el Desarrollo)¹¹ orientados a reforzar y complementar el trabajo que viene realizando los maestros y/o profesores y orientadores en la educación formal e informal. Mientras que Venezolana de Televisión (servicio público) transmitió juegos de envite y azar, dejando a un lado los espacios de corte educativo.

Con respecto a la investigación realizada por Bogarín y colaboradores (1997) en el ININCO, en el marco del proyecto *Televisión y Niños...* se detectaron los siguientes resultados:

La violencia es protagonista del horario infantil

Se registraron 1.226 acciones violentas de las cuales 517 corresponde al Canal 4; 279 al Canal 10; 235 al Canal 2 y 195 al Canal 8. Este tipo de violencia incluye la física (puñetazos, patadas, explosiones, disparos, etc.), la verbal (insultos, provocaciones, desprecios, etc.); la psicológica (amenazas, presiones, torturas mentales, etc.), la moral (chantajes, fraudes, abusos de poder, etc.) y la sexual (acoso sexual, violación, sadismo, etc.). Los dos canales que transmitieron más violencia fueron el 4 y el 10.

Predominio de la violencia física y psicológica en la programación infantil

Para el primer caso se observaron 1.007 acciones mientras que para el segundo, 96. De nuevo, los canales 4 y 10 encabezan las estadísticas en cuanto a la difusión de violencia física, con 402 y 251 actos de agresión de este tipo respectivamente; y en lo que atañe a la violencia psicológica los canales 2 y 4, apuntalan con 45 y 32 eventos de esta naturaleza. Las escenas más comunes de violencia física son los puñetazos, las armas de fuego y las explosiones; y la de la violencia psicológica, el hipnotismo y las amenazas.

Los niños son sujetos activos de la violencia

Se detectaron un total de 28 actos violentos de los cuales 12 de éstos correspondieron a escenas donde los niños ejercieron agresiones contra hombres y 4 contra mujeres.

Los niños son objeto de agresión por parte de los adultos

Los resultados obtenidos evidencian un total de 16 acciones violentas de las cuales 10 de éstas fueron originadas por hombres contra niños y 6 por mujeres contra niños.

Las promociones de los canales de

televisión, esto es, aquellos programas que se ofertan durante la semana, y que apenas duran de 30 a 45 segundos, son más violentas que el resto de los géneros televisivos

El promedio semanal de escenas violentas en las promociones de telenovelas y cine fue de 33%, mientras que el género cine ocupó el 13% y los noticieros, el 11%. Hay que hacer la salvedad que las promociones tienen como objetivo primordial cautivar a la audiencia infantil y juvenil, potenciales consumidores de programas agresivos.

Ausencia de programas divulgativos de carácter histórico, geográfico, científico, educativo y cultural

Tanto los canales públicos como los privados concentraron su programación en seriales importados estadounidenses, en informativos y juegos de envite y azar (loterías y el 5 y 6). De manera que es un mito hablar de diversidad programática de los canales de televisión de gran cobertura (2, 4, 8 y 10).

Todos los canales transgredieron sistemáticamente el Reglamento Parcial de Transmisiones de Televisión del MTC, la Convención sobre los Derechos de Niño, la Ley del Tutelar del Menor, la Ley de Educación, los cuales velan por la integridad y salud mental del niño

Los canales que más transgredieron el Decreto 2.625 del MTC fueron el Canal 4 (51,34%) y el Canal 8 (24,09%). Queda en entredicho la política de servicio público de difusión que actualmente está ofreciendo la programación de Venezolana de Televisión, Canal 8.

En síntesis, el principal hallazgo, si se puede considerar como tal, que hemos extraído de éstos estudios, es que los canales regionales concedieron especial relevancia al género documental de corte histórico, educativo, geográfico, científico y cultural. Asimismo, hemos detectado que estos canales se ven forzados a complementar su programación con seriales, informativos, telenovelas, musicales, juegos de envite y azar, con miras a no quedar fuera del 80% de la inversión publicitaria, que destinan los anunciantes a la industria televisiva nacional, de los cuales el 10% apenas le corresponde a estas televisoras, para el mantenimiento de equipos, pago de personal, adquisición de tecnologías de punta, compra de programas documentales y argumentales, sólo por mencionar algunos aspectos operativos y de producción.

Hemos constatado también que Vene-

zolana de Televisión emula los mismos parámetros difusionales de la televisión comercial (Venevisión, RCTV y Televen), debido a que cede su tiempo de antena a los seriales importados estadounidenses, a los informativos, y a los juegos de 5 y 6 y loterías; dejando a un lado el género documental y educativo. Asimismo, este canal encabeza la lista de los que más infringieron, en una semana, el decreto 2.625 que vela por la protección psicosocial del niño y adolescente (Bogarín-ININCO, 1996). Y finalmente, una vez más, hemos demostrado que la televisión de gran alcance nacional está enferma de violencia, no sucede así con los canales de la provincia que presentan contenidos más diversos y menos cargados de agresión.

COLOFÓN

El sistema de radiodifusión que predomina en nuestro país es el denominado *mixto inauténtico*, el cual se caracteriza por la coexistencia en desigualdad de condiciones del régimen privado-competitivo y del régimen público-gubernamental. Este sistema quedó históricamente implantado en el gobierno de López Contreras (1936-1941), cuando se otorgan 27 permisos de radiodifusión sonora a titulares privados. E igualmente esta situación se ratifica también durante la presidencia del General Marcos Pérez Jiménez (1948-1958), cuando se confieren 4 permisos de televisión a titulares privados, con el fin de que asumieran la administración de Televisa, Radio Caracas Televisión, Ondas del Lago Televisión y Radio Valencia Televisión.

En este sentido, las palabras de Oswaldo Capriles, experto en sociopolítica de la comunicación en Venezuela, siguen aún vigentes cuando señala que la difusión masiva venezolana:

«...es un sistema privado creado prácticamente por el Estado. Primero con el abandono del campo de la comunicación a la empresa privada, incurriendo como en el caso de la radiodifusión, en una renuncia pragmática al ejercicio de un monopolio establecido por la Ley y más frecuentemente absteniéndose de legislar... e intervenir en actividades que cualquier Estado consideraría como inherentes a su función reguladora social...» (Capriles, 1986: 157).

Actualmente, los efectos de la inhibición estatal en materia de comunicación, han profundizado el desequilibrio

entre lo público y lo privado, hasta alcanzar el nivel de 1000 a 1, a favor de este último sector. En otras palabras, si el Estado renuncia de una vez por todas a su legítima función de administrar y regular las frecuencias radioeléctricas, para mediados del año 2000, los concesionarios privados tendrán en su haber, aproximadamente, 500 emisoras de radio entre AM y FM, y más 100 televisoras entre VHF, UHF y suscripción. No obstante, los titulares públicos seguirán conservando una emisora de radio y otra de televisión.

Por todas estas razones, y ante la crisis del concepto de servicio público, que va a la mano de la globalización de la economía y del discurso homogeneizador del mercado, abogamos una Ley de Telecomunicaciones moderna que asegure el desarrollo de servicios públicos de radiotelevisión desgubernamentalizados, y que sea expresión superlativa de los valores nacionales y foráneos ■

BIBLIOGRAFÍA

- AGUIRRE, Jesús María, BISBAL, Marcelino y cols. (1998). *El Consumo Cultural del Venezolano*, Fundación Centro Gumilla, Consejo Nacional de la Cultura, Caracas.
- ALVARAY y cols. (1991). *La oferta de la televisión venezolana (estudio de un día de programación en 13 televisoras)*, Colección Canícula, Caracas.
- AVILÉS, Mary Julia y LLORET, Sonia (1996). *Análisis comparativo de una semana de televisión en Venevisión, RCTV, VTV y Televen*, Tesis de grado de la Escuela de Comunicación Social, UCAB.
- BOGARÍN, Tania (1997). *La presencia de la violencia en la programación infantil en Venezuela*, Tesis de grado de la Escuela de Sociología, UCV, Caracas.
- BRITO, Berta (1983). *Los medios de comunicación en Venezuela*. Fundación Centro Gumilla, Caracas.
- CAÑIZÁLEZ, Andrés (1991). *Los medios de comunicación*. Fundación Centro Gumilla, Caracas.
- _____ (1997). «El grupo Cisneros o una recomposición telecomunicacional», en *Revista Comunicación* N° 98, Ediciones Centro Gumilla, Caracas.
- CAPRILES, Oswaldo (1976). *El Estado y los*

medios de comunicación en Venezuela, Ediciones Suma, Caracas.

- _____ (1986). «Estado y política de comunicación en Venezuela», en *Cuadernos ININCO*, N° 8, Caracas.
- _____ (1991). «El negocio de la ilusión», en *Cuadernos Apuntes-UCV/Escuela de Comunicación Social*, Caracas.
- _____ (1997). *Poder político y comunicación*. Ediciones Consejo de Desarrollo Científico y Humanístico de la UCV, Caracas.
- CONAC (1977). *Comisión preparatoria del Consejo Nacional de la Cultura, Comité de Radio y Televisión. Proyecto Ratelve. Diseño de una nueva política de radiodifusión del Estado venezolano*. Ediciones Librería Suma, Caracas.
- GIMÉNEZ, Lulú y HERNÁNDEZ, Angela (1988). *Estructura de los medios de comunicación en Venezuela*, Ediciones de la UCAB, Caracas.
- HERNÁNDEZ DÍAZ, Gustavo (1992). «Situación de la radiotelevisión en Venezuela, para el año 1991», en *Anuario ININCO* N° 4, UCV, Caracas.
- _____ (1993). «Tendencias de la radiodifusión en Venezuela», en *Anuario ININCO* N°5, UCV, Caracas.
- _____ (1994). «La radiodifusión en Venezuela para el año 1994», en *Anuario ININCO* N° 6, UCV, Caracas.
- _____ (1996). «La radio en Venezuela para el año 1997», en *Revista Comunicación* N° 97, Ediciones Centro Gumilla, Caracas.
- _____ (1997). *La programación televisiva en Venezuela, (análisis de un día de televisión, de los 17 canales en VHF a nivel nacional)*, ININCO-UCV, Caracas, (mimeo).
- _____ (1999). «Venezuela: esta es tu televisión», en *Revista Extramuros* N° 10, Caracas, Fondo Editorial de Humanidades, UCV.
- HERRERA, Bernardino (1994). «Para un estudio de la publicidad en Venezuela. Bitácora de investigación», en *Anuario ININCO*, N°6, Caracas.
- _____ (1996/1997). «Legislación publicitaria en Venezuela», en *Anuario ININCO* N° 8, Caracas.
- MORAGAS SPÀ, Miquel de (1996). «Espacio Audiovisual y regiones en Europa», en *Revista Telos* N° 45, edita Fundesco, Madrid.
- PASQUALI, Antonio (1967). *El Aparato Singular: Análisis de un día de TV*, Monte Ávila Editores, Caracas.
- _____ (1990). *La comunicación cercenada*. Monte Ávila Editores, Caracas.
- _____ (1991). *El Orden Reina*. Monte Ávila Editores, Caracas.
- SAFAR, Elizabeth (1986). *La radiodifusión en Venezuela. Surgimiento y evolución de 1926 a 1946*. ININCO-UCV (mimeo).
- _____ (1990). *La programación de Venezolana de Televisión*, ININCO-UCV, Caracas (mimeo).

NOTAS

- 1 Carlos Andrés Pérez no pudo finalizar su período presidencial debido al levantamiento militar del 4 de febrero de 1992, sustituyéndolo como Presidente Ramón José Velázquez, quien hizo entrega de la presidencia a Rafael Caldera, electo en las votaciones presidenciales de diciembre de 1993.
- 2 Léase el acta constitutiva de la *Asociación Vale TV*, en la Oficina Subalterna del Sexto Circuito del Registro del Municipio Libertador del Dto. Federal, codificado bajo el N°6, tomo N°14. Caracas, 26 de noviembre de 1998.
- 3 Las categorías que utilizamos en el análisis de la programación televisiva en Venezuela, provienen del estudio *La programación de Venezolana de Televisión (1990)* de Elizabeth Safar, directora del ININCO.
- 4 En este trabajo colaboraron el Prof. Bernardino Herrera, miembro del ININCO, y los sociólogos Tania Bogarín y Juan Ernesto Velázquez, todos pertenecientes a la UCV.
- 5 El autor de este trabajo es responsable del proyecto en cuestión desde 1991.
- 6 Analizamos un día de la programación de los 17 canales que operaban en octubre de 1996.
- 7 Analizamos la presencia de la violencia en la programación televisiva infantil durante una semana del mes de julio de 1996.
- 8 Léase Gaceta Oficial de la República de Venezuela, 5 de noviembre de 1992.
- 9 Según Safar (1990/mimeo), las promociones de los programas de la planta son aquellos contenidos (seriales, telenovelas, magazine, musicales, etc.), que ofertan los canales de televisión a lo largo de sus transmisiones diarias.
- 10 Información sobre los hábitos de consumo televisivo a nivel nacional suministrada por la empresa AGB de Venezuela.
- 11 Según Safar (1990/mimeo), la *TV Educativa* es aquella que presenta: "Programas educativos que no siguen el sistema escolarizado, aun cuando las temáticas y la forma de presentación son pedagógicas. La *TVEscolar*: se distingue de la anterior por sus contenidos, siguen los programas de los despachos de educación (teleclases), que incorporan múltiples elementos audiovisuales en la presentación de los contenidos educativos; y *Educación para el Desarrollo* refiere a aquellos programas de desarrollo socio-económico, industrial, agrícola, entre otros, destinados a públicos específicos y con fines de entender también necesidades y prioridades en los diversos sectores de la población".

Cuadro N° 8. ACCIONES VIOLENTAS SEGUN TIPOLOGIA

	Canal 2	Canal 4	Canal 8	Canal 10	TOTAL
1. FISICA					
1.1. Puñetazo	41	112	37	42	232
1.2. Patadas y cabezasos	3	47	13	19	82
1.3. Presiones	6	32	14	6	58
1.4. Lanzamientos	5	35	16	16	72
1.5. Armas de fuego	34	69	40	74	217
1.6. Armas cortantes	2	16	27	19	64
1.7. Armas golpeantes	1	3	0	4	8
1.8. Otros medios	26	15	3	6	50
1.9. Ruidos	0	0	0	0	0
1.10. Explosiones	9	23	2	34	68
1.11. Torturas físicas	23	10	1	3	37
1.12. Amordazar	1	0	8	3	12
1.13. Raptos	1	0	5	1	7
1.14. Ataques	5	20	6	7	38
1.15. Accidentes	6	20	19	17	62
Total	163	402	191	251	1007
2. VERBAL					
2.1. Provocaciones	2	20	1	2	25
2.2. Ridículos	3	12	0	0	15
2.3. Desprecios	0	7	0	1	8
2.4. Insultos	2	9	0	5	16
2.5. Mentiras	3	23	0	0	26
2.6. Contra el pudor	0	0	0	0	0
Total	10	71	1	8	90
3. PSICOLOGICA					
3.1. Torturas mentales	0	6	0	4	10
3.2. Presiones	7	3	0	0	10
3.3. Miedos	14	4	0	4	22
3.4. Hipnotismo	19	3	0	7	29
3.5. Amenazas	5	16	3	1	25
Total	45	32	3	16	96
4. MORAL					
4.1. Chantajes	2	3	0	2	7
4.2. Fraudes	8	2	0	0	10
4.3. Abusos de poder	5	4	0	0	9
4.4. Abusos legales	2	0	0	0	2
Total	17	9	0	2	28
5. SEXUAL					
5.1. Acoso sexual	0	3	0	0	3
5.2. Violación	0	0	0	1	1
5.3. Sadismo	0	0	0	0	0
5.4. Chantaje, amenaza	0	0	0	1	1
5.5. Pederastía	0	0	0	0	0
Total	0	3	0	2	5
Total acciones violentas	235	517	195	279	1226