

Las nuevas plantas de TV en Venezuela

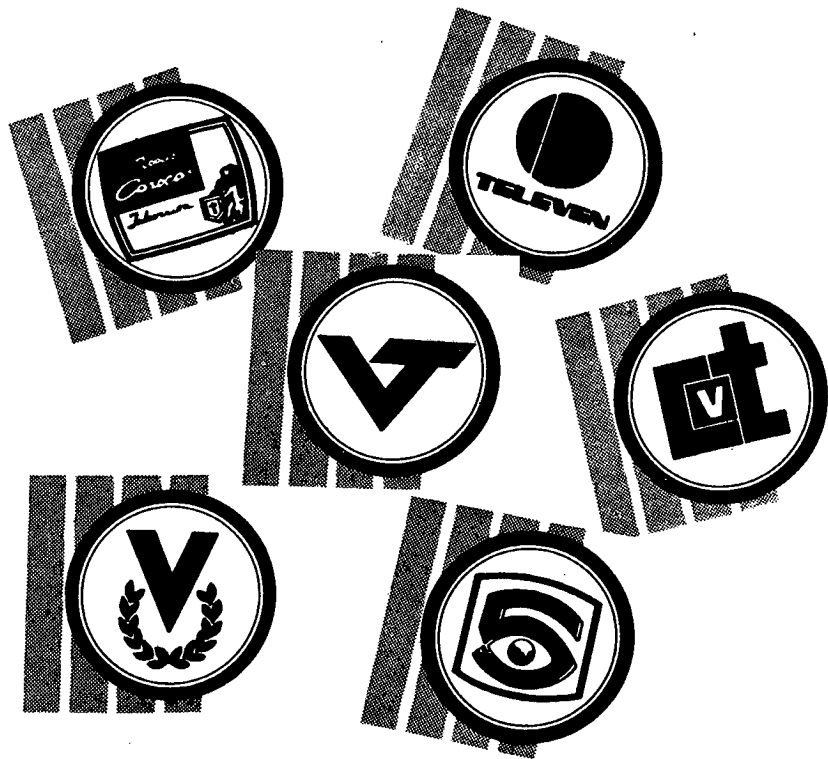
Flor Fabiola Zerpa

LOS 80: BOOM TELEVISIVO EN PUERTAS

El panorama televisivo venezolano ha presentado un crecimiento inusitado desde finales de la década de los 80. Este proceso se desarrolla dentro de un ámbito internacional cada vez más interdependiente, en términos económicos, políticos y tecnológicos. Los acontecimientos del exterior inciden profundamente en nuestro país mediante factores de la economía y política mundial los cuales se basan en una ideología netamente liberal. Las consecuencias principales a nivel de los medios, derivadas de la consecución de la libre empresa y comercio, como lo son la globalización y la desreglamentación, han conformado un nuevo ambiente mediático en Venezuela. Los tradicionales canales abiertos de cobertura nacional deben ahora enfrentar una competencia cerrada ante nuevas opciones audiovisuales, entre ellas la televisión pagada.

EL MONOPOLIO QUE COMIENZA A CAER

A sólo seis años del nacimiento de la televisión, en 1952, Venezuela es testigo, a través de la inauguración de la Televisora Nacional Canal 5, de la conversión a imágenes de las ondas hertzianas. El 22 de noviembre de dicho año fue instalado el Canal 5 por representantes de la RCA (de Estados Unidos) y bajo el auspicio del general Marcos Pérez Jiménez, Presidente de la Junta Militar que regía para ese entonces. En el acto inaugural hubo una falla y la



señal no volvió a salir sino hasta el primero de noviembre de 1953. La precaria financiación del Estado —a la cual siempre ha estado sometida— hizo que se suspendieran sus actividades en 1966 y 1974 por dos años cada vez. En 1976, la Televisora Nacional comenzó a aparecer bajo la denominación Segundo Programa del Canal 8. Luego en 1979 se cambió la denominación a TVB Red Canal 5. Desde los 80, TVN-C5 pasó por una grave crisis financiera hasta que en 1991 el Ejecutivo decide reducir sus horas de transmisión y eliminar la producción propia, a excepción de algunos espacios que pasan a Venezolana de Televisión Canal 8. El objetivo de la decisión es repotenciar ambos canales estatales a través de un proyecto de reconversión industrial. En 1992 el gobierno anunció que mantendría a los 2 canales con un plan de reestructuración para lograr un moderno sistema de televi-

sión pública. El canal 8 dejó de transmitir publicidad y dejó únicamente patrocinios y mensajes institucionales. Hasta la fecha, TVN sólo retransmite la señal del 8. En julio de 1993 el presidente del C-8 anunció que la TVN estaría pronto al aire, sin precisar fecha alguna.

Un año después de la salida de la Televisora Nacional, en 1953, fueron inauguradas las señales de Radio Caracas Televisión y Televisa, el 15 de mayo y el 18 de agosto respectivamente. Televisa cambia su nombre a Venevisión en 1961.

El 1ero. de agosto de 1964 comenzó sus transmisiones el Canal 8 cuya denominación inicial fue Cadena Venezolana de Televisión. Los accionistas principales fueron el grupo Vollmer y las empresas privadas estadounidenses CBS y Time-Life. En 1974 la estación pasó a manos de la administración pública cuando el gobierno la adquiere luego de decla-

rarse en quiebra. En 1976 se registró como Compañía Anónima Venezolana de Televisión cuyos accionistas fueron la República de Venezuela; la Corporación Venezolana de Fomento, CVF; y la Compañía Anónima de Teléfonos de Venezuela, CANTV. Las primeras estaciones regionales surgieron en la década del 60, en 1966, Ondas del Lago-Canal 11 del Zulia y el Canal 13 de Valencia. Ambos estuvieron al aire muy poco tiempo.

Durante algo más de dos décadas estos cuatro canales, dos estatales y dos privados, constituyeron las únicas opciones de los telespectadores y, excluyendo a la TVN y eventualmente a VTV, de los anunciantes venezolanos. La monopolización publicitaria y programática que significaban estos canales, era total. Un ejemplo de ello es una compañía que fundaron RCTV y Venevisión para llegar a acuerdos sobre pautas publicitarias, previos a la negociación con el cliente en los años 70.

Por otra parte, y aunque parezca contradictorio, hay que destacar que la existencia de dicha monopolización comercial y programática, no implicaba una cobertura total del territorio venezolano.

LA EXPLOSION DE LA PROVINCIA

El panorama comienza a modificarse a partir del segundo lustro de los 80, cuando el Estado venezolano comienza a implementar ciertas políticas liberalizadoras en algunos sectores económicos del país, entre ellos las comunicaciones.

El Estado comienza, entonces, a otorgar concesiones de la banda UHF en el interior del país para televisoras de recepción abierta. Siete canales regionales aparecen en 1985. La prohibición que desde 1968 regía para particulares en cuanto al acceso a señales satelitales se deroga en 1986. El espectro casi inmóvil de la banda UHF en Caracas cambia con la aparición de dos nuevos canales, uno de señal abierta y otro codificado. Este último, es la primera concesión de televisión por suscripción, modal-



dad que aparece mediante decreto en 1989.

Posteriormente, ya en la década de los 90, el Estado inaugura -concesiones mediante- el funcionamiento comercial de la banda VHF, para televisoras de difusión abierta y sistemas de recepción limitada (televisión pagada). También se conceden permisos de operación para estaciones de televisión pagada que funcionan mediante cableado.

Como se ve, desde 1985 hasta la fecha, la liberalización del espectro hertziano venezolano se ha desarrollado rápidamente, lo cual se ha traducido en una verdadera explosión audiovisual, desde el punto de vista global.

UN PANORAMA EN EXPANSION

Para 1990, existían en Venezuela 3.313.000 receptores de televisión para una población estimada 19.735.000 habitantes según el último censo de 1988. El 90 por ciento de los venezolanos poseen un televisor, que constituye su principal fuente de información¹. Debido al altísimo poder de penetración del medio el porcentaje de inversión publicitaria en la pequeña pantalla ha aumentado

de una manera exponencial. Venezuela ocupa el cuarto lugar dentro de las diez primeras naciones del mundo con mayor gasto publicitario anual en televisión, con un 65 por ciento². Esta cifra alcanzaría en 1992 unos 16 mil millones de bolívares, repartidos en las diversas estaciones comerciales³.

Actualmente hay catorce plantas de televisión de circuito abierto o libre recepción, de cobertura nacional y regional, y tres de transmisión privada o recepción limitada:

5 plantas nacionales con sede en Caracas: RCTV-Radio Caracas Televisión, VV-Venevisión, TVN-Televisión Nacional, CVTV-Compañía Venezolana de Televisión y TVN-Televén.

9 plantas regionales: TAM-Televisora Andina de Mérida (Mérida, VHF C3), TRT-Televisora Regional del Táchira (Táchira, VHF C6), NCZ-Niños Cantores del Zulia ahora Niños Cantores Televisión (Zulia, VHF C11), Zuliana de Televisión (Ciudad Ojeda, UHF C30), TB-TeleBoconó (Trujillo, VHF C13), TC-TeleCentro (Barquisimeto, VHF C11), TCA-TeleCaribe (Porlamar, VHF C12), AMV-Amavisión (Puerto Ayacucho, VHF C7) y TeleSol (Cumaná VHF 7).

Omnivisión Canal 12-Multicanal, Cablevisión y HBO Olé en Caracas.

Si existiese un espectador ideal capaz de tener acceso a los catorce canales abiertos, tendría a su disposición alrededor de 160 horas de programación en un día de semana⁴. Si este teleusuario tuviera a su disposición, además, una antena parabólica, podría llegar a captar 228 canales extranjeros. Los tres sistemas de televisión por suscripción implican un número importante de opciones en canales extranjeros. Las empresas que operan en esta modalidad, Omnivisión, HBO Olé y Cablevisión, ofrecen 30 canales con diversa programación.

En sus pocos años de funcionamiento, los canales regionales han logrado transmitir una porción importante de horas en relación a los canales nacionales, 43,43 por ciento

y 57,57 por ciento respectivamente.

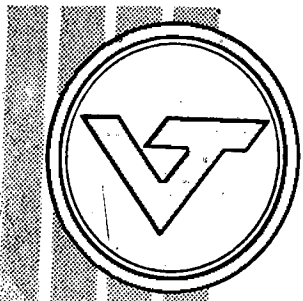
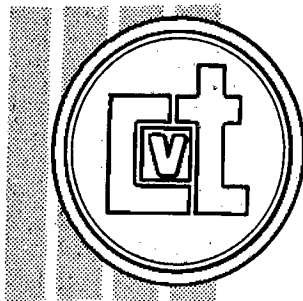
En comparación con décadas anteriores dicho espectador ideal tuvo en 1967, 44 horas de televisión a su disposición, provenientes de 4 emisoras. En 1986, podía escoger entre 86 horas emitidas por 7 emisoras. Para 1991, el número de horas casi se duplicó a 149 horas, producidas por casi el doble de estaciones de difusión abierta, 12 canales.

Por otra parte, solamente la oferta de Omnivisión y de Cablevisión supera las 450 horas diarias de programación⁵.

El conjunto de la programación que estos catorce canales emiten reúne una serie de características que identifican la oferta de los canales venezolanos, las cuales fueron estudiadas en 1991 por Nathalie Alvaray, Zamana Arenas y Anacristina Tkachenko. Ellas señalan las siguientes:

- el predominio de emisión de argumentales: películas, seriados y seriales de los 70, lo que resulta en un viaje atrás en el tiempo, hacia una paleotelevisión que rescueta no precisamente por algún afán de rescatar el pasado, sino debido al costo elevado de la compra de programas al exterior, citando a Umberto Eco en su obra *Apocalípticos e Integrados*.
- la producción nacional de informativos.
- la concentración de la compra de programas de los Estados Unidos.
- las emisiones dirigidas a toda la familia, situación contraria a la tendencia mundial de la segmentación.
- una mayor producción extranjera que nacional, lo cual viola lo establecido por la legislación venezolana (se exige un 50 por ciento de producción nacional semanal según el vigente decreto 2.625 del 20 de noviembre de 1992).
- el promedio de espacios publicitarios o cuñas es de 1 cada 6 minutos, lo cual revela una saturación de este tipo de contenidos por parte del televidente.

La conclusión primordial que este estudio extrajo es que la televisión venezolana tiene una orientación fragmentaria:



Hemos constatado que, en nuestro país, este discurso (televisivo, o la programación) es estructuralmente fragmentario y espectacular, con un predominio de unidades programáticas narrativas y elaborado en base a criterios que articulan las necesidades comerciales publicitarias en función de horarios determinados por las audiencias, caracterizándose, además, por la emisión de mensajes homogéneos para un público masivo. Rasgos éstos que son aceptados y compartidos por todas las televisoras⁶.

Las autoras señalan que el peso comercial y publicitario del medio, tiende a definir formas hegemónicas de hacer televisión, por lo cual, las programaciones de las televisoras regionales son muy parecidas a la de los canales nacionales. La esperanza abrigada de que aquellos representarían una opción frente a los canales 2, 4, 8 y 10, se ven disueltas en la paradoja de que un medio tan atractivo, y al parecer, en permanente cambio, tiene dificultades para innovar y ofrecer modelos alternativos.

Pero paralelamente a ese proceso de homogeneización de la programación de los canales nacionales se debe añadir el cambio que se ha

producido en el otro componente del espacio televisivo: el espectador. Desde finales de los 70, el empobrecimiento que ha venido sufriendo la población venezolana a partir de la crisis económica de 1983, ha determinado la conformación de públicos más específicos, que no necesariamente son atendidos por la programación de cadenas nacionales, pero que son atacados publicitariamente. Se propone entonces la segmentación de los públicos:

El deterioro de la calidad de vida nacional ha repercutido sobre la industria de la televisión por diversas vías. Por una parte el estrechamiento del poder adquisitivo del mercado ha modificado la actividad publicitaria, sobre todo en cuanto a la composición y estrategia de los anunciantes se refiere, no tanto en su volumen, el cual se ha incrementado en valores reales. La necesidad de eficientar el gasto publicitario, ha conducido a la segmentación de la audiencia, por parte de los anunciantes y de las plantas, en un intento por garantizar el menor costo por mil a la inversión en televisión. Por otra parte, la crisis de la pobreza ha cambiado también el perfil de la demanda⁷.

La demanda se polariza tanto para mayores opciones de entretenimiento como de información.

NUEVAS CONCESIONES: CANALES UHF, REGIONALES Y POR CABLE

A la apertura de canales de VHF en el interior del país, y aunque la misma banda no está saturada en Caracas, le ha seguido la apertura de los canales de UHF. El Ministerio de Transporte y Comunicaciones, a través del organismo responsable al respecto, CONATEL, ha otorgado entre 1991 y 1993 82 concesiones: 11 canales regionales abiertos (3 en VHF y 8 en UHF), 5 canales capitales abiertos (todos en UHF) y 12 para televisión de recepción limitada por cable (7 en el interior y 5 en Caracas).

LAS ONCE NUEVAS REGIONALES

El estado Zulia está a la zaga de la capital en cuanto a número de estaciones. A partir de este año, los marabinos tienen tres emisoras de televisión: la ya consolidada Niños Cantores TV, la emisora de la Costa Oriental del Lago perteneciente a Beto Finol, y la reciente concesión otorgada a un grupo empresarial liderizado por Calixto Rocca Bravo. El Canal 7 de Maracaibo, como se llamará, saldrá al aire a finales de este año. Uno de sus socios principales es Guillermo González, quien también solicitó una concesión para Caracas. Rocca Bravo, por su parte, posee tres radioemisoras en frecuencia modulada y una en amplitud modulada, y es además propietario del antiguo canal Ondas del Lago, uno de los primeros canales de Venezuela en la década del 60.

Estos nuevos canales representan un crecimiento del medio en el área occidental del país, los cuales suman ya ocho televisoras, incluyendo los canales andinos.

La región de Guayana, que sólo recibe las señales nacionales, podrá sintonizar una opción regional denominada TeleGuayana, supuesta a entrar al aire en mayo de este año. Su sede estará en Puerto Ordaz, a través del Canal 12. El propietario del 95 por ciento de las acciones de TeleGuayana es David Natera, editor del Correo del Caroní, quien viene de una generación de periodistas, creadores de El Bolivarense y el Correo de Guayana. Además, dirige tres emisoras, dos en frecuencia modulada (102.7 en Puerto La Cruz y 107.3 en Guayana) y una en amplitud modulada (700 Radio Sur en Ciudad Guayana). La inversión del proyecto es alta, tal como lo amerita la zona, unos 600 millones de bolívares. La señal se prevé llegará a Ciudad Bolívar por el canal 13 y a Upata, por el canal 7, mediante repetidores. Proyectan cubrir la región hasta El Callao con una inversión adicional.

A la señal oriental de TeleCaribe, se la sumará la Televisora de Oriente, concesión otorgada al empresario



Domingo Cirigliano, quien tiene diversas inversiones, entre otras, y ligada al área del entretenimiento, el equipo de baloncesto Marinos de Oriente.

Otras concesiones también han obtenido el visto bueno de CONATEL, entre ellas proyectos de televisoras para Anzoátegui (Puerto La Cruz, C55 UHF), Aragua (Maracay, C32 UHF), Carabobo (Valencia, C30 UHF), Guárico (San Juan de Los Morros, C25 UHF), Monagas (Maturín, C2 VHF), Portuguesa (Guanare, C48 UHF) y Sucre (Cumaná, C32 y C44 UHF).

LOS PROYECTOS CAPITALINOS

La competencia televisiva en la región capital ampliará el espectro hertziano hacia la banda UHF, hasta entonces desconocida para los televidentes venezolanos.

Luego de abandonar la pelea por obtener la dirección de la Televisora Nacional en 1991, la Universidad Simón Bolívar obtuvo la frecuencia 27 para salir al aire en marzo de 1994. El proyecto se denomina Canal Alternativo y cuenta con una inversión de 200 millones de bolívares. El financiamiento proviene en

partes iguales por las entidades bancarias: Banco de Venezuela, Banco del Orinoco y Banco del Caribe; además de la participación de la Electricidad de Caracas, el Grupo Delfino y la Fundación IESA. El resto del aporte será asumido por el Consejo Nacional para las Artes y la Cultura, CONAC; Petróleos de Venezuela, PDVSA; y la propia USB.

Los planes de la directiva del Canal Alternativo apuntan a que sea el centro de operaciones de un canal federativo, donde las estaciones regionales tengan espacio para que su señal sea parcialmente disfrutada en Caracas.

Las relaciones directas de propiedad entre distintos medios no podrían dejar de verse en el otorgamiento de las concesiones televisuales, en este caso, entre la prensa y la televisión. Luis Teófilo Núñez, directivo de el diario El Universal, en asociación con Guillermo Zuloaga, presidente de la Federación Venezolana de Agencias Publicitarias, y el grupo Mezerhane, dueño de el diario El Globo y Editorial Arte, recibieron una autorización para operar la frecuencia 33. La estación se llamará Televisora TeleGlobo. El 14 de abril de este año aparecieron las barras de colores, lo cual indica período de prueba, y a finales de este año debe salir al aire con programación completa. La orientación del canal es hacia el mercado informativo, lo cual viene a ser competencia, aunque sea indirecta, a la recién estrenada Agencia Venezolana de Noticias, AVN, una de las opciones de Omnivisión Multicanal, sistema de televisión por suscripción. Las expectativas de los empresarios es captar a los segmentos A y B de la población caraqueña.

Un caso interesante es la concesión otorgada para operar en Caracas al padre Ocando Yamarte, quien dirige Niños Cantores Televisión, Canal 11 de Maracaibo, propiedad del Arzobispado de dicha ciudad. El proyecto de Niños Cantores Televisión que ya cuenta con su señal Barquisimeto y Valencia, saldrá al aire el 12 de octubre de este año en Caracas a través de la frecuencia 45,

CUADRO 1
ESTACIONES DE RADIODIFUSION AUDIOVISUAL DE LIBRE RECEPCION
REGIONALES

Estado	Ciudad	Banda	Canal	Emisora	Reserva	Situac.
Anzoátegui	Pto. La Cruz	UHF	55	Douglas Nazzar	14-5-93	En trámite
Anzoátegui	Pto. La Cruz	VHF	5	Televisora de Oriente	28-12-90	Instalación
Aragua	Maracay	UHF	32	Filido Sindoni	15-01-93	Instalación
Bolívar	Ciudad Guayana	VHF	12	David Natera	28-11-91	Instalación
Carabobo	Valencia	UHF	30	Raimundo Cariello	23-01-92	Instalación
Guárico	San Juan de los Morros	UHF	25	Filippo Giovanni	14-05-93	En trámite
Monagas	Maturín	VHF	2	Restituto Calvo	7-01-92	Instalación
Portuguesa	Guanare	UHF	45	Francisco Finizzola	23-01-92	Instalación
Sucre	Cumaná	UHF	32	Douglas Nazzar	14-05-93	En trámite
Sucre	Cumaná	UHF	44	José Angel Delgado R.	14-05-93	En trámite

CUADRO 2
ESTACIONES DE RADIODIFUSION AUDIOVISUAL DE LIBRE RECEPCION
CARACAS

Ciudad	Banda	Canal	Emisora	Reserva	Situación
Caracas	UHF	27	Universidad Simón Bolívar	14-03-91	Instalación
Caracas	UHF	33	Luis Teófilo Núñez	21-11-92	Instalación
Caracas	UHF	39	Armando de Armas	23-01-92	Instalación
Caracas	UHF	51	CMT Televisión	15-01-93	Instalación
Caracas	UHF	57	José Luis Rodríguez	14-05-93	Instalación

CUADRO 3
ESTACIONES DE RADIODIFUSION AUDIOVISUAL DE RECEPCION LIMITADA

Estado	Ciudad	Banda	Emisora	Reserva	Situación
Carabobo	Valencia	Cable	Parabólica Servicios C.A.	27-05-93	En trámite
Dtto. Federal	Caracas	28 GHz	Carlos Delgado Marín	14-05-93	En trámite
Dtto. Federal	Caracas	28 GHz	Comunicaciones Centurión	18-01-93	Instalación
Dtto. Federal	Caracas	Cable	Cable Corp. T.V., C.A.	14-05-93	En trámite
Dtto. Federal	Caracas	Cable	Inversiones ADB, C.A.	15-01-93	Instalación
Dtto. Federal	Caracas	Cable	Super Cable ALK, C.A.	14-01-93	Instalación
Lara	Barquisimeto	Cable	Heberto Sánchez	14-05-93	En trámite
Nueva Esparta	Porlamar	Cable	Carlos Rivas	14-05-93	En trámite
Portuguesa	Acarigua	Cable	Proseñal, C.A.	27-05-93	En trámite
Táchira	San Juan de Colón	Cable	Parabólicas Caracas, C.A.	14-05-93	En trámite
Táchira	San Juan de Colón	Cable	Parabólicas Venezolanas, C.A.	14-05-93	En trámite
Zulia	Maracaibo	Cable	Satélites de Venezuela	14-05-93	En trámite

Leyenda:

“Instalando” Indican que realizan las labores previas a la entrada en operación.

“En Trámites” Indican que están completando los detalles técnicos para proceder a instalar.

Fuente:

Aviso oficial publicado por el Ministerio de Transporte y Comunicaciones en El Nacional, 12 de septiembre de 1993, Cuerpo E/ 12-13.

y su director será el periodista Napoleón Bravo. La idea del padre Yamarte es también, al igual que el Canal Alternativo, formar una federación de canales, que pueda ser vista en la capital. Se calcula que la inversión está en más de 1.000 millones de bolívares para esta red federativa, 330 de los cuales van al canal 45 en Caracas. El público a captar se encuentra en los grupos C, D y E. Este canal concreta una expansión a la inversa, es decir, dese el interior de la República a la capital, lo cual indica el poder alcanzado tanto por el canal en sí como por el sector que lo respalda, la Iglesia Católica

Otra concesión caraqueña es la otorgada a Guillermo González. CONATEL se encontraba en la disyuntiva de otorgarle una frecuencia en la banda VHF o en UHF. Los esfuerzos de los concesionarios se ubicaban para poder obtener el canal 7 de VHF, y no el 51. Pero los problemas técnicos de la cercanía del 7 con Venezolana de Televisión-Canal 8, han obligado a CONATEL a decidirse por el 51. El interés por obtener un canal en VHF por parteos empresarios era tal, que habían declarado que asumirían los elevados costos de la recanalización del Canal 8. La señal se llamará Canal Metropolitano, nombre que ya ha sido introducido como marca en el registro de propiedad industrial del Ministerio de Fomento.

Las últimas concesiones de las que se pudo conocer fueron las otorgadas a Andrés de Armas y José Luis Rodríguez este año y que operarán bajo las frecuencias 39 y 57 respectivamente.

TELEVISIÓN POR CABLE

El 12 de septiembre de este año el Ministerio de Transporte y Comunicaciones anunció públicamente las concesiones para operar estaciones de radiodifusión audiovisual de libre recepción y de recepción limitada.

Para el próximo año, entonces, Omnivisión Multicanal y Cablevisión compartirán el mercado de ac-



tuales y futuros suscriptores con cuatro empresas de televisión por suscripción vía cable en la capital. Para el interior CONATEL otorgó este año siete concesiones para operar en el mismo sistema.

De las capitalinas, una benefició a Antonio Blanco del grupo Blancica, que junto a MDF (Metro Difra Fox) domina la distribución cinematográfica del país. La segunda fue concedida a un grupo mixto de empresarios norteamericanos, venezolanos y ecuatorianos, representado por la empresa ecuatoriana Supercable, que ya funciona en su país, Bolivia y Colombia. También está la compañía Cable Corp. TV., C.A.

Los costos del sistema cableado son mucho mayores al sistema que utilizan Omnivisión y Cablevisión, basado en transmisión por aire, vía microondas (sistema MMDS). Solamente para cablear ciertos circuitos, se especula que las empresas tendrán que invertir, más de 4 millones de dólares.

En los Cuadros 1, 2 y 3 se pueden apreciar el conjunto de las nuevas concesiones de televisión abierta y de recepción limitada otorgadas por el Estado venezolano a través de CONATEL.

NOTAS Y REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Mayobre, José Antonio. Desarrollo Técnico de la Televisión de Servicio Público en Venezuela. Proyecto VTV-PNUD-UIT. Caracas, noviembre, 1990. Informe Preliminar. P. 21: "Un estudio realizado en 1987 (Datos C.A. 1990) obtuvo entre otros resultados los siguientes: la televisión llega a todos los segmentos de la población; un 73% de la muestra afirmó que la televisión es su principal fuente de información nacional y que en un día típico, un 83% ve algún programa de TV".

La penetración de la televisión no se limita sólo por vía de los canales de difusión abierta, sino por todo el conjunto de tecnologías y servicios que mediante este medio se prestan. Según información de la vice-presidencia del departamento de medios de la agencia publicitaria J. Walter Thompson de abril de 1992, se estimaron 350 mil hogares con acceso a Cablevisión y Omnivisión; 85 mil con acceso a parabólica; 500 casas de alquiler de video que arrendan en la semana aproximadamente 225 mil títulos; cerca de 400 mil hogares con videograbadores (lo que representa un 12 por ciento del total nacional de hogares).

2. Así lo hace ver Antonio Pasquali en un trabajo sobre la publicidad televisiva titulado "Lo que cuesta seducir", publicado en Domingo Hoy el 4-4-93, pp. 6-7.

PORCENTAJE DEL GASTO PUBLICITARIO ANUAL INVERTIDO EN TELEVISION A NIVEL MUNDIAL

País	Porcentaje
México	75.0
Bolivia	72.3
Ecuador	66.2
Venezuela	65.0
República Dominicana	64.4
Guatemala	64.0
Colombia	59.5
Panamá	59.3
Brasil	57.7
Italia	50.9

3. Igualmente Miguel Escobar, presidente de la agencia publicitaria McCann Erickson, declaraba en el diario El Nacional del 15-12-92, que en 1992 el mercado publicitario facturó alrededor de 30 mil millones de bolívares, de los cuales se calcula que el 80 por ciento ingresa a las televisoras.

4. Las cifras que se manejan en relación al número de horas producidas por la televisión venezolana para marzo de 1991, son extraídas del trabajo de grado de Nathalie Alvaray, Zamanawa Arenas y Anaeristina Tkachenko, denominado La Oferta de la Televisión Venezolana: Estudio de un día de programación en trece televisoras. Tesis de la Escuela de Comunicación Social, UCV, Abril, 1992.

5. Ibidem, p. 194.

6. Ibidem, p. 277.

7. Güerere, Abdel. La pantalla como negocio: perfil competitivo de la televisión venezolana de fin de siglo. Tesis de la Escuela de Economía, UCV, febrero 1991. p. 87.