

Breve historia de la radio y la televisión en la Venezuela del siglo XX: Modelo VALE TV

*Brief history of radio and television
in 20th century Venezuela: VALE TV Model*

Recibido: 30/11/2019

Aprobado: 18/01/2020

María Eugenia Mosquera

Licenciada en Historia Universidad Central de Venezuela (UCV) .

Fundadora / Directora ValeTV.

Twitter: @memosquera

Resumen: Las primeras emisiones de radio en Venezuela comienzan en mayo de 1926 durante la dictadura del General Juan Vicente Gómez. Veinte años después, se inician los ensayos técnicos en transmisión de imágenes, pero sería el 22 de noviembre de 1952, en medio de otro régimen militar de facto, el de Marcos Pérez Jiménez, cuando la televisión irrumpe de manera oficial. Mientras que la radio hace su aparición por intermedio de la iniciativa privada, la televisión en Venezuela, al igual que en otros países latinoamericanos empieza como medio estatal, aunque de inmediato surgen nuevas estaciones de televisión privada-comercial que a la postre se convierten en el sector dominante. El 4 de diciembre de 1998 VALE TV inicia transmisiones sobre la banda VHF (televisión abierta) concebimos el canal como un medio especializado en conocimiento, apto para todas las edades, todos los públicos y todos los saberes, lo cual nos llevó naturalmente a elegir el documental como la herramienta ideal para lograrlo. En el año 2020 ValeTV cumple 22 años en las pantallas de las TV de los venezolanos.

Palabras claves: Conocimiento, innovación, comunicación, ValeTV.

Abstract: The first radio broadcasts in Venezuela begin in May 1926 during the dictatorship of General Juan Vicente Gómez. Twenty years later, the technical tests on the transmission of images began, but it would be on November 22, 1952, in the midst of another de facto military regime, that of Marcos Pérez Jiménez, when television officially erupted. While radio makes its appearance through private initiative, television in Venezuela, as in other Latin American countries, begins as a state medium, although new private-commercial television stations immediately emerge, which in the end become the dominant sector. On December 4, 1998, VALE TV began broadcasts on the VHF band (open television). We conceived the channel as a specialized medium for knowledge, suitable for all ages, all audiences and all knowledge, which naturally led us to choose the documentary as the ideal tool to achieve it. In 2020 ValeTV turns 22 on the TV screens of Venezuelans.

Keywords: knowledge, innovation, communication, ValeTV.

Las primeras emisiones de radio en Venezuela comienzan en mayo de 1926 durante la dictadura del General Juan Vicente Gómez. Veinte años después, se inician los ensayos técnicos en transmisión de imágenes, pero sería el 22 de noviembre de 1952, en medio de otro régimen militar de facto, el de Marcos Pérez Jiménez, cuando la televisión irrumpe de manera oficial.

Mientras que la radio hace su aparición por intermedio de la iniciativa privada, la televisión en Venezuela, al igual que en otros países latinoamericanos empieza como medio estatal, aunque de inmediato surgen nuevas estaciones de televisión privada-comercial que a la postre se convierten en el sector dominante.

La radio y la televisión rápidamente acaparan las preferencias de los venezolanos en lo que a consumo cultural se refiere. Para la década de 1940, la radio se establece como la principal fuente de entretenimiento y a partir de la primera mitad de los años 70 la televisión se consolida como el medio de comunicación de mayor impacto en la sociedad venezolana, llegando a tener una penetración cercana al 100%.

La expansión de la radio y la televisión en Venezuela ha estado determinada por factores que incluyen el surgimiento del sistema democrático en 1958, el avance de la industria, especialmente del sector de bienes de consumo masivo; y el progresivo desarrollo de la tecnología comunicacional y su convergencia con sectores como la informática, así como la especialización en el área de los contenidos, es decir, el auge del consumo en Venezuela y el desarrollo de la industria audiovisual.

Tras la llegada de la televisión a color en 1979 (estándar NTSC) y la irrupción de las emisoras de radio en frecuencia modulada (FM) en los 80, se abrieron espacio en la escena de los medios de difusión en Venezuela los servicios de televisión paga –por cable y satélite– en los primeros años de la década del 90.

Aunque en la industria televisiva y radial imperó el modelo de programación central-generalista, en la última década del siglo XX, han surgido ofertas especializadas en contenidos culturales, deportivos e informativos, así como iniciativas de difusión regionales, poco sostenibles desde el punto de vista económico.

El futuro de la radio y la televisión en Venezuela, como en el resto del mundo, promete dar un nuevo salto con la migración del modelo analógico al modelo digital. En 2001, las autoridades iniciaron el análisis de los diversos estándares de radio y televisión terrestre, y a mediados de 2007 se realizaron las primeras pruebas de televisión digital terrestre de la norma Europea (DVB-T) y Japonesa (ISDB-T), ya que desde un principio la norma Norteamericana (ATSC) quedó descartada, no así el estándar Chino (DTMB).

Para finales de 2009, estaba previsto el anuncio de la norma para la televisión digital y la aprobación del cronograma del apagón analógico, sin embargo, en el 2020 aún no se ha realizado la transición tecnológica.

Formas de propiedad de la televisión y la radio en Venezuela

El espectro radioeléctrico en Venezuela es un bien de dominio público, propiedad del Estado, que tiene la facultad de explotarlo de manera directa, en la forma de radios y televisoras públicas, o a través de particulares, como radios y televisoras privadas o comunitarias.

Para julio de 2009, según un censo de las concesiones para uso del espectro radioeléctrico en radio y televisión realizado por la Comisión Nacional de Telecomunicaciones (Conatel), el Estado venezolano había otorgado un total de 108 concesiones de televisión abierta en UHF y VHF; y 1.004 concesiones de radio en las bandas amplitud modulada (AM) y frecuencia modulada (FM).

Tabla 1: Distribución de las Concesiones de Radio y Televisión según Tipo de Propiedad (julio 2009)

Concesión	Privada	Pública	Comunitaria
TV UHF	3	2	-
TV VHF	62	4	37
Radio FM	472	79	243
Radio AM	184	26	-

Fuente: Comisión Nacional de Telecomunicaciones (Conatel).

Tabla 2: Distribución de las Concesiones de Radio y Televisión según Tipo de Propiedad (2015)

Concesión	Privada	Pública	Comunitaria
TV UHF	8	4	32
TV VHF	10	5	37
Radio FM	281	98	262
Radio AM	171	21	49

Fuente: Comisión Nacional de Telecomunicaciones (Conatel).

Radio y televisión privada

Históricamente, la explotación del espectro radioeléctrico en Venezuela ha seguido las bases del “modelo norteamericano”, es decir de un esquema privatista y mercantil¹, característico de las “tres grandes” cadenas televisivas de Estados Unidos, CBS, NBC y ABC, el cual, en lo comunicacional, sigue el modelo de Lasswell basado en los efectos de los medios para conquistar la atención de las audiencias.

Aunque en los inicios estuvo permitida la participación de capitales extranjeros en la explotación del espectro radioeléctrico, el Estado venezolano decretó en 1974 el retiro de las empresas foráneas, principalmente estadounidenses, en los distintos medios de difusión.

Hasta 2007, el control del negocio de la comunicación televisiva en Venezuela se repartió entre dos grandes grupos de naturaleza familiar: el Grupo 1BC (1 Broadcasting Caracas) con *RCTV: Canal 2* (1953), y la Organización Diego Cisneros (ODC) con *Venevisión: Canal 4* (1961), ambos de alcance nacional y enfrentados en feroz lucha por conquistar el mercado de las audiencias.

Ante el dominio de las dos televisoras, las autoridades venezolanas ejecutaron una serie de medidas, durante las décadas de los 80 y los 90, que permitieron el nacimiento de una tercera cadena nacional de TV comercial, *Televen: Canal 10* (1988) y una veintena de nuevos emisores privados entre televisoras regionales y plantas televisivas temáticas.

Esta diversificación hizo posible, a su vez, el ingreso de nuevos actores en el ámbito mediático venezolana que van desde grupos económicos regionales, la Iglesia Católica, Universidades e incluso hasta fundaciones culturales.

No obstante, el mapa de la televisión privada en Venezuela cambió radicalmente a partir del 27 de mayo de 2007, cuando en medio de una gran polémica, las autoridades, en un hecho inédito, decidieron no renovar la concesión a *RCTV* y revertir su administración al Estado. Meses después la televisora regresó a las pantallas venezolanas, esta vez en formato de televisión paga y nuevo nombre:

¹ Marcelino Bisbal, “En el aire nuestra pantalla televisiva”, en Marcelino Bisbal (Comp.): *Televisión pan nuestro de cada día*. Caracas, Alfadil Ediciones, 2005. , p. 42.

RCTV Internacional.

Del lado de la radio, las 656 concesiones AM/FM en manos privadas se distribuyen entre pequeñas y medianas empresas y los grandes circuitos de radio que en el caso de la banda FM concentran el 59% de las emisoras y en el de la banda AM, 51%, según datos de Conatel².

Sin embargo, el espectro de la radiodifusión y de la televisión privada ha sido objeto de importantes modificaciones en los últimos años, luego de que en junio de 2009, las autoridades iniciaran un proceso de revisión de las concesiones de radio y televisión otorgadas a 20 años. Según datos del SNTP “entre el 2013 y el 2018 cesaron operaciones 65 emisoras de radio y 9 canales de televisión”³ Esto ha traído como consecuencia un cambio en los hábitos de consumo informativo de los venezolanos, agudizado por la fuerte crisis económica y social. Las rutinas de información han variado así como las plataformas de consumo, sumado al cambio de paradigma mundial, se requiere una alfabetización mediática cónsona con los nuevos tiempos.

Radio y televisión pública

Frente al predominio de los canales y radios privadas, los servicios de televisión y radiodifusión pública han estado tradicionalmente en un segundo plano en la preferencia de las audiencias ante la presencia masiva de la televisión comercial.

En opinión de Marcelino Bisbal, el mayor peso de responsabilidad en esta materia recae sobre el propio Estado, el cual “desde un principio, *renunció* a contar con una estación televisiva que lograra la integración social necesaria a un «proyecto de país» en términos no sólo políticos, sino fundamentalmente

² Reyes Theis, . “Proyecto del presidente Chávez controlará 58,57% del espectro”, en: http://www.eluniversal.com/2009/07/12/pol_art_proyecto-del-preside_1467220.shtml) Recuperado: (12-07-2009)

³ “Durante el gobierno de Maduro se han cerrado 115 medios de comunicación. En: <https://www.ntn24.com/america-latina/venezuela/durante-el-gobierno-de-maduro-se-han-cerrado-115-medios-de-comunicacion>. Recuperado: 02/02/2020

culturales”⁴.

El desinterés gubernamental, como era previsible derivó en un proceso de empobrecimiento técnico y programático que tocó fondo a finales de los años 90, cuando la red de televisión estatal conformada por *Televisora Nacional: red Canal 5* (1952) y *VTV: Canal 8* (1974) quedó reducida a la segunda, la primera apenas retransmitía un par de horas diarias juegos de béisbol.

Ahora bien, la llegada al poder de Hugo Chávez en 1998 con su política de cambios socioeconómicos profundos, inspirados en las ideas de los próceres venezolanos del siglo XIX y con una fuerte vocación estatista-centralista, también ha dejado su huella en el relieve mediático venezolano, que ha sido denominado por el actual Presidente de *Telesur*, (nombre) como “Hegemonía Comunicacional”.

Consciente del poder que representan los medios de comunicación, en particular la televisión, el gobierno de Chávez, en medio de las fricciones políticas que genera su proyecto, bautizado por él mismo como “revolución bolivariana”, ha querido también reinstitucionalizar y reconstruir el universo mediático público.

Como resultado de este proceso, el Estado venezolano ha invertido ingentes cantidades de recursos financieros, humanos y técnicos que en el espacio de una década han permitido colocar bajo control gubernamental 6 cadenas de televisión, y 105 emisoras de radio, según Conatel.

Este haber de medios incluye las plantas televisivas en VHF de alcance nacional *VTV: Canal 8* para la transmisión de contenidos informativos y de opinión; y *TVES: Canal 2* (2007), que sustituyó en el espectro a *RCTV*.

Operada bajo la figura de fundación gubernamental dependiente del Poder Ejecutivo, *TVES* ha sido definida por las autoridades y sus directivos como una televisora de servicio público.

Además de la señal en el espectro, *TVES* conservó, tras una medida judicial, las 33 estaciones de transmisión, 15 repetidores y seis enlaces de microondas, propiedad de *RCTV*.

4 Marcelino Bisbal, “En el aire nuestra pantalla televisiva”..., p. 55.

En la frecuencia UHF combinado con salidas por TV paga, el Estado venezolano tiene presencia con distinto alcance (desde local hasta internacional) a través de la televisora *Vive TV* (2003) especializada en contenidos dirigidos a las comunidades, *Ávila TV* (2006) en el nicho de la cultura urbana, *ANTV* (2005), el canal del Parlamento y *Telesur* una cadena de televisión multiestatal, creada por iniciativa de Venezuela “para abordar la realidad de América Latina desde una visión latinoamericana”, en la que participan en calidad de socios minoritarios los gobiernos de Argentina (20%), Cuba (19%) y Uruguay (10%), además de alianzas locales con canales privados.

En radio, el Estado venezolano administra dos circuitos nacionales: *Radio Nacional de Venezuela* y *YVKE Mundial*.

Una mención especial, en el universo sonoro y audiovisual venezolano, merecen las emisoras comunitarias de radio y televisión, un fenómeno de reciente data.

Aunque el movimiento comunitario en radio y televisión ha venido desarrollándose durante los últimos 25 años, no fue hasta el año 2000, cuando las autoridades dictaron normas y comenzaron la legalización de los prestadores de servicios de difusión comunitarios. Desde entonces el sector ha experimentado un fuerte desarrollo, apalancado en la mayoría de los casos por fondos y apoyos públicos.

Para 2009, el número de las iniciativas comunitarias en televisión y radio sumaban 37 y 243 concesiones respectivamente. *Catia TV* y *Radio Perola*, son dos ejemplos paradigmáticos de esta expresión. Según Conatel para el 2015, se contaba con 311 radios comunitarias y 69 canales de TV.

Estadísticas socioculturales y variables audiovisuales

El estado actual de Venezuela, en relación con los medios radioeléctricos, según el último censo realizado en 2001, arroja las siguientes cifras: población: 22,8 millones; hogares: 5,2 millones; hogares con televisión: 4.7 (90%); hogares con radio: 4.4 (84,6%).

En cuanto a la suscripción a servicios de TV paga en todas sus modalidades, la Comisión Nacional de Comunicaciones (Conatel) registró en su informe para el primer trimestre de 2009; 1,9 millones de abonados (29,6% de los hogares) distribuidos entre 51 empresas. Para internet, el mismo documento arrojó 1,5 millones de suscriptores, la mayor parte en la modalidad de banda ancha. Progresivamente y derivado del flujo migratorio y de los hábitos de consumo esta cifra ha decrecido.

En cuanto a consumo cultural, un estudio realizado por el investigador Marcelino Bisbal en el año 2000, halló que *Ver TV* y *Escuchar Radio* ocupan el primer lugar en el orden de importancia de las actividades culturales dentro de la casa, de acuerdo con el porcentaje de respuestas en las frecuencias de consumo “todos los días/casi todos los días”: 92%. En contraste, ninguna de las actividades presentadas a los entrevistados, relacionadas con la llamada “cultura ilustrada” (Visitar bibliotecas – Visitar librerías – Visitar museos y galerías – Ir al teatro y similares), alcanzó 15% en las frecuencias de consumo “semanal/mensual”. En la última década la oferta cultural en medios se ha centrado exclusivamente en VALE TV.

En general, los canales de televisión de alcance nacional en Venezuela –todos producidos en la región capital– obtienen más audiencia que los locales. Entre los primeros, *Venevisión*, como consecuencia directa de la salida del aire de su competidor tradicional, *RCTV*, en mayo de 2007, se ubica desde entonces como líder absoluto en todas las localidades. Aunque *Televen* y *Globovisión* también tomaron su porción, al igual que los canales de TV paga.

Según un informe de *AGB Nielsen Media Research* de Venezuela, empresa líder en medición de audiencia en el país suramericano, el tiempo medio diario dedicado por cada individuo a ver televisión durante 2007 fue de 291 minutos entre lunes y viernes, y de 299 minutos en fines de semana. Las mujeres, con alto margen, son el target que más tiempo pasan ante el televisor, tanto en días de semana, como los fines de semana. De las ciudades y regiones medidas, es Valencia la que consume mayor número de minutos de televisión por persona (307 diarios) y Barquisimeto la de menor (264 diarios).

En cuanto a usos y pautas de consumo, un estudio de Bisbal y COSAR de 2001, concluye que el entretenimiento es la razón más importante para ver

televisión (61%). Asimismo la TV es considerada como un medio importante para informarse (38%).

Este mismo trabajo destacó en una evaluación realizada a los medios en relación con 18 atributos, que la televisión capitalizó todos los atributos positivos: atractivo (71%), interesante (69%), importante (65%), constante (60%), orientador (58%), especializado (56%), completo (56%), creíble (56%) y ordenado (49%).

Finalmente, en cuanto a los contenidos, los resultados de un conjunto de investigaciones realizadas en la década de los 90, indican que en la oferta de transmisión televisiva predominan los géneros Información y Opinión, Dramáticos e Infantiles. De hecho, los noticiarios y las telenovelas son los programas más sintonizados porque se ven 5,82 días en promedio por semana⁵.

Legislación y políticas audiovisuales

Desde el punto de vista jurídico, Venezuela no cuenta con una norma específica sobre televisión educativa y cultural. No obstante, existe un conjunto de leyes que tratan sobre los derechos culturales y educativos, donde se hace mención directa al rol de los medios de comunicación como instrumentos para garantizar estos derechos y contribuir a la formación de la ciudadanía.

Otro aspecto que recoge la legislación venezolana está relacionado con la educación para los medios, en cuanto al derecho que tienen los ciudadanos de recibir formación para hacer uso crítico de los medios de comunicación. El Artículo 108 de la *Constitución de la República Bolivariana de Venezuela* reza que:

Los medios de comunicación social, públicos y privados, deben contribuir a la formación ciudadana. El Estado garantizará servicios públicos de radio, televisión y redes de bibliotecas y de informática, con el fin de permitir el acceso universal a la información. Los centros educativos deben incorporar el conocimiento y aplicación de las nuevas tecnologías, de sus innovaciones, según los requisitos que establezca la ley.

⁵ *Ibidem*, p. 83.

El Artículo 1 de la *Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión*⁶ señala que:

Esta Ley tiene por objeto establecer, en la difusión y recepción de mensajes, la responsabilidad social de los prestadores de los servicios de radio y televisión, los anunciantes, los productores nacionales independientes y los usuarios y usuarias, para fomentar el equilibrio democrático entre sus deberes, derechos e intereses a los fines de promover la justicia social y de contribuir con la formación de la ciudadanía, la democracia, la paz, los derechos humanos, la cultura, la educación, la salud y el desarrollo social y económico de la Nación, de conformidad con las normas y principios constitucionales de la legislación para la protección integral de los niños, niñas y adolescentes, la cultura, la educación, la seguridad social, la libre competencia y la Ley Orgánica de Telecomunicaciones

El Artículo 3 de la *Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión* indica en sus párrafos 4 y 7 que son objetivos generales de la norma:

- Procurar la difusión de información y materiales dirigidos a los niños, niñas y adolescentes que sean de interés social y cultural, encaminados al desarrollo progresivo y pleno de su personalidad, aptitudes y capacidad mental y física, el respeto a los derechos humanos, a sus padres, a su identidad cultural, a la de las civilizaciones distintas a las suyas, a asumir una vida responsable en libertad, y a formar de manera adecuada conciencia de comprensión humana y social, paz, tolerancia, igualdad de los sexos y amistad entre los pueblos, grupos étnicos, y personas de origen indígena y, en general, que contribuyan a la formación de la conciencia social de los niños, niñas, adolescentes y sus familias.

- Procurar la difusión de los valores de la cultura venezolana en todos sus ámbitos y expresiones.

El Artículo 5 de la *Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión* define en su primer párrafo los programas culturales y educativos como:

Aquel dirigido a la formación integral de los usuarios y usuarias en los más altos valores del humanismo, la diversidad cultural, así como en los

⁶ Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión y medios electrónicos. *Gaceta oficial de la República Bolivariana de Venezuela*. N° 39.610, Caracas, 7 de febrero de 2011.

principios de la participación protagónica del ciudadano en la sociedad y el Estado, a los fines de hacer posible entre otros aspectos:

a) Su incorporación y participación en el desarrollo económico, social, político y cultural de la Nación.

b) La promoción, defensa y desarrollo progresivo de los derechos humanos, garantías y deberes, la salud pública, la ética, la paz y la tolerancia.

c) La preservación, conservación, defensa, mejoramiento y mantenimiento del ambiente para promover el desarrollo sustentable del hábitat, en su beneficio y de las generaciones presentes y futuras.

d) El desarrollo de las ciencias, las artes, los oficios, las profesiones, las tecnologías y demás manifestaciones del conocimiento humano en cooperación con el sistema educativo.

e) El fortalecimiento de la identidad, soberanía y seguridad de la Nación.

f) La educación crítica para recibir, buscar, utilizar y seleccionar apropiadamente la información adecuada para el desarrollo humano emitida por los servicios de radio y televisión.

El Artículo 10 de la *Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión* en su segundo apartado, faculta al Estado para ordenar a los los prestadores de estos servicios la transmisión gratuita de:

Mensajes culturales, educativos, informativos o preventivos de servicio público, los cuales no excederán, en su totalidad, de setenta minutos semanales, ni de quince minutos diarios. A los fines de garantizar el acceso a los servicios de radio y televisión, el órgano rector del Ejecutivo Nacional, con competencia en comunicación e información, cederá a los usuarios y usuarias diez minutos semanales de estos espacios, de conformidad con la ley.

El Artículo 14 de la *Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión* obliga a los prestadores de estos servicios a transmitir cada día una cuota mínima de contenidos culturales y educativos.

Los prestadores de servicios de radio y televisión deberán difundir, durante el horario todo usuario, un mínimo de tres horas diarias de programas culturales y educativos, informativos o de opinión y recreativos dirigidos especialmente a niños, niñas y adolescentes, presentados acordes con su desarrollo integral, con enfoque pedagógico y de la más alta calidad. En la difusión de estos programas se deberá privilegiar la incorporación de adolescentes como personal artístico o en su creación o producción.

El Artículo 69 de la *Ley Orgánica para la Protección del Niño y del Adolescente* precisa en sus párrafos primero y segundo:

El Estado debe garantizar a todos los niños y adolescentes educación dirigida a prepararlos para recibir, buscar, utilizar y seleccionar apropiadamente la información adecuada para su desarrollo (...)

Parágrafo primero: La educación crítica para los medios de comunicación debe ser incorporada a los planes y programas de educación y a las asignaturas obligatorias (...)

Parágrafo segundo: El Estado, con la activa participación de la sociedad, debe garantizar a todos los niños, adolescentes y sus familias programas sobre educación crítica para los medios de comunicación.

El Artículo 12 de la *Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión* indica que los usuarios tienen el derecho de:

Participar en el proceso de formulación, ejecución y evaluación de políticas públicas destinadas a la educación para la percepción crítica de los servicios de radio y televisión, que lleva a cabo la Comisión Nacional de Telecomunicaciones, de acuerdo con la ley.

Órganos y autoridades

- *Comisión Nacional de Telecomunicaciones (Conatel)*

Órgano regulador en materia de telecomunicaciones, adscrito al Poder Ejecutivo, a través del Ministerio de Obras Públicas. En coordinación con los órganos rectores en materia cultural y educación, comunicación e información y defensa de los derechos de los niños y adolescentes, está facultada para ejecutar

políticas de regulación y promoción en materia de responsabilidad social en los servicios de radio y televisión; ejecutar políticas de fomento de las producciones nacionales y programas especialmente dirigidos a niños, niñas y adolescentes; fomentar la capacitación y el mejoramiento profesional de productores nacionales, así como la educación para la percepción crítica de los mensajes difundidos por los servicios de radio y televisión.

- Consejo de Responsabilidad Social y Directorio de Responsabilidad Social

Órganos colegiados encargados de la promoción, desarrollo y ejecución de las disposiciones contenidas en la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión.

- Fondo de Responsabilidad Social

Fondo destinado al financiamiento de la producción nacional independiente, la investigación en el área sonora y audiovisual, así como la educación para la percepción crítica de los mensajes que difunden los medios. Administrado por Conatel. Su principal fuente de recursos es una contribución parafiscal por parte de los operadores de radio y televisión comercial, correspondiente al dos por ciento sus ingresos brutos.

Ecosistema digital, innovación

El siglo XX culmina con un cambio de paradigma en los medios de comunicación y en la educación. Ya no somos receptores pasivos y con escasa capacidad crítica con relación a los medios y a la información que recibimos a través de diferentes plataformas, ante este nuevo paradigma la solución es la alfabetización digital, un nuevo lenguaje audiovisual que responda a una sociedad mediática en permanente interacción.

Transitamos un momento histórico de cambio tecnológico que afecta nuestro entorno: los medios, los valores, la gestión, los sistemas educativos, transformación en tres dimensiones “este es un cambio global cualitativo que,

entre otras, se manifiesta en una información de tres dimensiones: de los valores, las infraestructuras y de las prácticas, o sea, en definitiva en culturas educativas que han regido hasta ahora”.⁷

VALE TV: Televisión y gestión del conocimiento

“Es canal de valores, no lo cambio porque aprendo lo que otro no me enseña.”⁸

“La experiencia de VALE TV, contra todos los pronósticos, se ha convertido en un interesante canal educativo todavía no del todo evaluado y que acapara una audiencia centralizada en los sectores populares y medios, así como infantiles y juveniles de esos mismos segmentos de población.”⁹

Entre 1999 y 2019, según datos de la comisión de Medios de la Asamblea Nacional, “más más de cien medios, entre impresos, audiovisuales y radiales” han desaparecido en Venezuela. Con distinto peso, razones políticas, económicas, o de modelo explican esta reducción dramática del paisaje mediático venezolano. Este quebranto ha sido en especial severo en el ámbito de la cultura, que históricamente ha adolecido en el país de políticas y recursos para promoverla. Contra corriente a esta tendencia, y coincidiendo exactamente con el período citado, destaca VALE TV, Valores Educativos Televisión red canal 5.

Desde 1998, cuando se me encomendó la conceptualización y el inicio de operaciones del canal, fuimos conscientes de lo complejo que sería la tarea. Un canal cultural dedicado al conocimiento no parecía la mejor apuesta en un país que arrastraba años de crisis económica y se enfilaba a inaugurar una nueva etapa política con la llegada de Hugo Chávez al poder. A todo ello había que sumar el progresivo deterioro del sistema educativo y el tradicional desinterés de las audiencias por la cultura.

7 José Manuel Pérez Tornero. “Alfabetización Mediática, cambio de paradigma en la educación”. En: <http://www.jmpereztornero.eu/categoria/alfabetizacion-mediatica/> Recuperado: (20/6/2016)

8 Marianubia Lopes. Usuaria de Facebook

9 Marcelino Bisbal, (Coordinador), *Hegemonía y Control Comunicacional*. Caracas, Editorial ALFA / UCAB, 2009.

Sin embargo, el correcto diagnóstico de las necesidades de la sociedad venezolana en ese momento y la claridad de lo que queríamos ser y cómo queríamos hacerlo, ha convertido a VALE TV en una excepción notable y ejemplo de que sí es posible hacer y sostener televisión educativa y cultural en Venezuela.

En estos últimos 21 años, VALE TV pasó de transmitir cuatro horas diarias en señal abierta para la Gran Caracas, a 18,5 horas y tener alcance nacional a través de los principales servicios de televisión paga del país. De contar con un archivo de apenas 100 horas de programación, comprada en el exterior, a un solo proveedor; a uno con más de 2000 horas de contenido producidos por las mejores casas productoras del mundo y cadenas de servicio público. De cero horas de programación propia a más de 1000 horas de producciones originales sobre temáticas al cien por cien venezolanas que van de micros de un minuto sobre valores, hasta una película sobre la vida de Jacinto Convit, uno de los científicos más importantes e influyentes del siglo XX en Venezuela. De un equipo de 18 jóvenes, estudiantes en su mayoría, a una plantilla de 35 que en 2020 llevaremos a 42. De ser solo un canal de televisión a una escuela para hacer televisión. Más importante aún, de perfectos desconocidos a conectar con audiencias en las capas menos favorecidas de la sociedad venezolana, para desmontar el mito según el cual la cultura solo interesa a las élites.

Esto es el resultado de un concepto hecho en casa que se propone todos los días “transcender el concepto clásico de televisión educativa y cultural y ajustarlo a las nuevas realidades y necesidades del mundo, signadas por la globalización y la migración hacia la información y conocimiento como bases del modelo social”.

Eso que nosotros llamamos “televisión del conocimiento”: una tríada que engrana difusión de contenidos de conocimiento útiles al día a día de la gente, con gerencia y gestión autosustentable y transparente, y recurso humano en permanente formación.

En las siguientes páginas, compartiré el proceso y las claves que nos han traído hasta acá, esperando que esta experiencia pueda servir a otros para adelantar o mejorar iniciativas para aportar al desarrollo, difusión de la cultura y las industrias culturales en Venezuela.

Conocimiento, comunicación

El 4 de diciembre de 1998 VALE TV inicia transmisiones sobre la banda VHF (televisión abierta) que desde noviembre de 1952 y hasta diciembre de 1991, había explotado el estado venezolano a través de la Televisora Nacional red Canal 5, con una red de cobertura nacional, conformada por 27 estaciones.

Un cúmulo de problemas económicos había dado al traste con el primer canal de televisión del país. A finales de 1998, sin embargo; el gobierno del Rafael Caldera, acordó la entrega en concesión de la señal, durante 20 años, al Arzobispado de Caracas (Iglesia Católica) “para la exclusiva difusión de programas culturales de corte educativo, institucional, científico, tecnológico, valores o de otro género que continúe la misión que tradicionalmente ha desempeñado esa emisora en el acontecer cultural venezolano”, según lo estableció la Comisión Nacional de Telecomunicaciones (Conatel).

Esta precisión del ente regulador solo confirmó la aspiración de la iglesia católica venezolana de colocarse al servicio del ser humano, en su concepción más universal. Y qué mejor que la televisión, el medio de comunicación de mayor impacto en la sociedad venezolana, para hacerlo.

En esta tarea fue central la figura del entonces Arzobispo de Caracas, Cardenal Antonio Ignacio Velasco. Recordándonos siempre las palabras de Don Bosco sobre “enseñar jugando”, el prelado nos acompañó y brindó la libertad y confianza plenas para armar un concepto centrado en la cultura, los valores y los buenos contenidos, los cardenales Jorge Urosa y Baltazar Porrás han permitido continuar la misma línea de gestión con la misma confianza y sabiduría. Si bien la gente ve televisión principalmente para entretenerse y no para educarse, no cabe duda que aprendemos y nos formamos opiniones a partir de ella (edutainment).

Con este concepto, concebimos el canal como un medio especializado en conocimiento, apto para todas las edades, todos los públicos y todos los saberes, lo cual nos llevó naturalmente a elegir el documental como la herramienta ideal para lograrlo.

El documental, como género audiovisual, posee “la ventaja de transmitir informaciones y conocimientos diversos a diferentes públicos, mediante la creación de atmósferas y discursos que recrean la realidad y acercan al espectador

a múltiples miradas”. Así, VALE TV nace como un canal de documentales y micro-documentales, el cual, de a poco, complementa su parrilla programática con reportajes de actualidad, agendas temáticas y, más recientemente, noticiarios y programas de entrevistas.

El archivo semilla de VALE TV se conformó con 100 horas de programación compradas a la BBC de Londres. Entre los títulos destacaban: “Mundos naturales”, “Historia esencial de Europa”, “El imperio romano” y “La historia del universo” del astrofísico, Stephen Hawking.

Veinte años después, contamos con un archivo sistematizado con unas 2000 horas de producciones internacionales y nacionales, y otras 1000 de contenido propio, entre documentales (+50 títulos) y micros (+500 títulos), todos sobre temas de interés nacional.

La producción propia ha sido, de hecho, el vehículo más valioso para conectar con nuestras audiencias, el país, y tomar decisiones al momento de programar, producir y mercadear el canal. Es posible armar una pantalla con los mejores contenidos del mundo sobre saber y cultura, pero si no incluyes elementos propios del país y su gente, no conectas en un nivel emocional, entonces pasas a ser un canal de cable externo más. Un medio nacional abierto especializado en cultura debe, necesariamente, difundir los rostros, saberes, tradiciones, debates e historias de su gente. Esto es central al concepto de VALE TV y desde muy temprano lo sintetizamos como slogan del canal: Entendiendo lo que se parece a ti, porque también se parece a nosotros.

Durante los primeros meses, las emisiones diarias del canal alcanzaban las cuatro horas de programación que se rotaban, a la usanza de la TV paga. En 2000 se elevó el tiempo al aire a 15 horas y desde 2012 se transmiten 18,5 horas entre las 06:00 a. m. y las 12:30 p. m.

En un principio la señal de VALE TV emitía solo a la Gran Caracas (el principal mercado televisivo en Venezuela), desde un máster dual (análogo/digital), a través de un transmisor y antena propios, ubicados en el parque nacional El Ávila (Mecedores). Progresivamente, la señal alcanzó difusión nacional al ser incluida en las ofertas programáticas de los principales servicios de TV paga terrestre y satelital del país, así como con algunos canales regionales

como Amavisión. Cabe mencionar que en septiembre de 2009, Conatel instruyó a los operadores de estos servicios a “incluir en su oferta al público, a los canales nacionales cuyo 10% de sus usuarios lo pida y no podrán transmitir publicidad.”

Hoy VALE TV continúa como señal abierta para la Gran Caracas (canal 5) y es distribuida por las empresas de televisión por suscripción: Inter (canal 10), Supercable (canal52), Net Uno (canal 4). Toda Venezuela: DirecTV (canal 114) y Movistar TV (133).

Sigue pendiente la autorización de Conatel para la activación de las 26 estaciones restantes de la red, lo cual nos permitirá llevar la señal del canal a todo el territorio nacional, con énfasis especial en las zonas rurales y de fronteras, imprescindible en la labor país.

Gerencia del conocimiento

La cultura cuesta, la televisión cuesta y hacer televisión cultural independiente y de calidad cuesta el doble. Esta es una realidad que ha estado presente desde el día uno en todos los planes y avances alcanzados por VALE TV. Pero no es la cuantía del presupuesto lo que resuelve el problema.

El encendido de la pantalla de VALE TV en 1998 fue posible gracias a una alianza interinstitucional inédita en el mundo. Radio Caracas Televisión (RCTV), Venevisión y Televen, las tres principales cadenas nacionales de televisión de Venezuela en ese momento, se unieron para formar ASOTV, una asociación civil, sin fines de lucro, que durante los primeros años financió el cien por ciento del presupuesto anual del canal. Este impulso financiero fue reduciéndose en el tiempo, a medida que el canal comenzó a generar sus propios ingresos.

Desde el comienzo estuvo claro que no sería sustentable operar un canal financiado permanentemente por tres empresas comerciales de televisión y que la única vía para garantizar la independencia del canal era la autogestión. Así, a los pocos meses de su fundación, fue creada la gerencia de producción y, en 2002, la coordinación de mercadeo social, adscrita a la dirección general. Sobre estas dos unidades recayó la responsabilidad de rentabilizar la pantalla del canal,

mediante la prestación de servicios de realización y comercialización de espacios de publicidad institucional y beneficio social.

Este proceso, que avanzaba en forma gradual, fue acelerado en 2007, cuando el gobierno de Hugo Chávez retiró la concesión a RCTV, el cual, de inmediato, se vio imposibilitado de continuar aportando a ASOTV. Esto sembró dudas sobre el futuro de las otras dos cadenas. En la práctica ASOTV dejó de funcionar.

A la incertidumbre política se sumó el declive económico que hizo crisis en 2012 y no ha logrado revertirse hasta la fecha. Cuando RCTV cesa operaciones, VALE TV ya generaba el 30% de sus recursos. En 2009 ese porcentaje crece hasta el 50%, en 2014, 80% y en 2015, 100%.

El logro de este objetivo fue posibilitado por un tránsito del mecenazgo a la financiación mixta mecenazgo más ingresos propios, mediante una estrategia bautizada “pantalla corporativa” para la promoción de mensajes de responsabilidad social empresarial. Implementada con más intensidad a partir de 2010, esta operación se centra en patrocinios de la programación y la difusión y/o producción de campañas y contenidos de responsabilidad social empresarial (RSE).

Como se describe en el Libro blanco sobre la televisión educativa y cultural en Iberoamérica¹⁰ El modelo de “pantalla corporativa” tiene tres líneas de acción principales:

1. Comercialización de espacios para la difusión de campañas y mensajes de responsabilidad social empresarial y acción comunitaria.
2. Conceptualización, producción y difusión de campañas, documentales y micro-documentales, reportajes “seriados o unitarios” sobre valores, acción comunitaria y responsabilidad social empresarial y cultura.
3. Patrocinio de programación por unidad o franja horaria.

Ahora en 2020, se agregará una nueva línea para la conceptualización, producción y difusión de contenido en multipantallas, léase página web,

¹⁰ María Eugenia Mosquera, “La televisión educativa y cultural en Venezuela”. *Revista Comunicación*, Centro Gumilla. Tercer trimestre, 2010, No. 151. pp. 48-57.

Instagram, Facebook, Twitter y YouTube.

VALE TV ofrece a empresas e instituciones que están construyendo país, su *know-how* y espacios para decir y difundir cómo lo hacen y hacer visible y replicable su labor social. Hoy por hoy, contamos con capacidades para conceptualizar, producir, realizar, empaquetar y transmitir contenidos y campañas de mercadeo social para la pantalla tradicional y las multiplataformas. En este último apartado, en especial, nuestra experiencia en la realización de formatos y contenidos de corta duración (de 1 a 5 minutos) nos otorga una ventaja a la hora de explotar las nuevas narrativas en el mundo virtual y de las redes sociales.

En paralelo a los esfuerzos de producción y mercadeo para generar recursos propios, se mantiene una red de alianzas con productoras y redes públicas de TV nacionales e internacionales, a través de la cual garantizamos intercambios y convenios exclusivos de programación. Nuestros aliados a la fecha incluyen a: Deutsche Welle DW (Alemania), Fundación Japón, NHK producciones (Japón), Voz de América VOA (EEUU), RTVE (España) Rome Reports (Vaticano), Museos Vaticanos, EWTN (multinacional), Canal 22 (México), Canal Cultural Iberoamericano NCC (Argentina), SipcaTV (multinacional), Río Verde (Venezuela), Melón Frito Producciones (Venezuela), Televisión Andina de Mérida (Venezuela), PROMAR TV (Venezuela), Canal 11 del Zulia (Venezuela) y Zut TV (Venezuela), así como universidades y centros de investigación locales e internacionales como: la Universidad de California, la Universidad de Florida, la Universidad Simón Bolívar y la Fundación La Salle, con quienes se produjo el documental Testigo del cambio climático: Fosa de Cariaco. Alianzas con el Centro Nacional Autónomo de Cinematografía (CENAC) y la Cinemateca Nacional, nos permitieron incursionar en el género de largometraje documental.

Como señalé al principio de este apartado, el modelo gerencial de VALE TV, no se agota en lo financiero/comercial. Al contrario, se completa en tres vertientes de gestión que son: (A) la medición certificada de audiencias. Esto nos permite auscultar el grado de aceptabilidad y fidelidad de las audiencias, su relación con el canal y nuestra programación; (B) auditorías externas anuales para garantizar la ejecución transparente y eficiente del presupuesto, y (C) la planificación a tres tiempos, basada en el diseño de proyectos y establecimiento de metas a corto (semana/mes), mediano (trimestre/semestre) y largo (tres-

cinco años) plazo. Con ello se facilita la evaluación y rediseño permanente de los procesos en el siempre cambiante entorno venezolano.

VALE ser escuela, la nueva televisión

Por ser una asociación sin fines de lucro, todos los recursos que el canal genera, descontando los costos, se reinvierten en la compra de equipos, pero sobre todo en la formación del recurso humano.

Asimismo, al no tener que repartir beneficios, hemos mantenido a lo largo de los 21 años del canal, una política salarial que intenta estar siempre por encima de la media de los medios audiovisuales del país. Ahora mismo, frente al reto que supone la hiperinflación y dolarización de la economía, hacemos ajustes salariales y otorgamos bonificaciones especiales por desempeño cada tres meses, en todos los niveles.

Nuestra plantilla combina experiencia en los niveles gerenciales y talento nuevo aguas abajo. La política de captación de recurso humano de VALE TV es inclusiva y no discrimina por edad, ni nivel educativo alcanzado. De hecho, desde su fundación el grueso de los empleados han sido estudiantes universitarios de distintas disciplinas. Esto ha generado una dinámica donde operamos a la vez como medio de comunicación y escuela, la cual promueve la experimentación y la innovación supervisada, y que en 2017 cristalizó en el proyecto Vale ser escuela.

En el 2012, fruto de nuestra alianza con la DW, la *DW Akademie* envió a Caracas un grupo de expertos en técnicas de reportaje y micro-reportajes para impartir un programa de actualización. Durante 15 días, el personal de VALE TV, colaboradores externos y, en general, todos quienes quisieron, participaron en actividades teórico-prácticas, en las instalaciones del canal.

Desde entonces, hemos desarrollado programas de formación continua a lo interno, que incluyen talleres y seminarios, y a lo externo, de alianzas para intercambios con institutos y universidades dentro y fuera de Venezuela, como el Centro de Investigación de la Comunicación de la Universidad Católica Andrés Bello (CIC-UCAB), el Instituto Ininco de la Universidad Central de Venezuela

(UCV) y la Universidad Autónoma de Barcelona (UAB), por citar algunos. Con la UAB, de hecho, colaboramos en la elaboración del Libro blanco sobre la televisión educativa y cultural en Iberoamérica¹¹

Por eso, nuestro impacto en la profesionalización de jóvenes es uno de los logros más notables y que con mayor orgullo exhibe VALE TV. El 80% de quienes han pasado por los estudios y oficinas del canal, trabajan hoy en importantes cadenas nacionales e internacionales, hacen cine o llevan adelante emprendimientos audiovisuales. Incluso, han constituido iniciativas binacionales sobre cine y TV. El cineasta Gastón Goldmann, director-fundador del Festival de Cine Venezolano de Buenos Aires (FECIVE-BSAS) y la productora audiovisual Anabella Mellior, radicada en España, son un par de ejemplos. Identidad de marca en todo lo que hacemos

Otro de los pilares que sostiene el concepto de VALE TV es la identidad de marca. Desde que iniciamos, entendimos que si íbamos a transmitir producciones internacionales de la más alta factura debíamos, por fuerza, desarrollar un lenguaje, técnica, imagen, música, pero también métodos y ambiente laboral, de igual calidad.

Con este norte, apegamos nuestros productos y procesos a los estándares de las grandes cadenas y productoras con las que hacíamos alianzas y adquiriríamos programación. La premisa ha sido siempre producir poco pero bueno y de alta calidad.

Comprendimos también que una pantalla especializada en conocimiento debía tener una imagen y música (empaquete gráfico) minimalistas para orientar al televidente y propiciar la reflexión. Así, a poco de salir al aire, diseñamos en casa y junto al compositor Julio D'Escrivan, discípulo del británico Simón Emmerson, y el artista gráfico Alberto Hadyar, actual director de animación de los estudios AkinÉ Studios en Los Ángeles, las presentaciones, identificadores, tapas y música original para empaquetar y organizar la parrilla programática y el contenido en cuatro áreas: Arte, Historia, Geografía y Ciencia y Tecnología, siempre con los mejores profesionales en los niveles gerenciales de nuestro canal.

¹¹ José Manuel Pérez Tornero y Lorenzo Vilches (Ed.). *Libro blanco sobre la televisión educativa y cultural en Iberoamérica*, Barcelona, Gedisa Editorial, 2010.

Esta imagen se actualiza en el tiempo, internamente, siempre respetando los criterios de transparencia, sencillez, suavidad, equilibrio y no estridencia. Estas ideas también permean el lenguaje de las promociones, la hechura de las producciones propias, los procesos de toma de decisión, el manejo de nuestro personal gerencial, personal técnico, creadores y hasta la decoración del canal.

Conclusiones

Para cerrar, podemos decir que la consolidación de VALE TV como canal de conocimiento es el resultado de un proceso, armado sobre la base de buenas prácticas de gestión que incluyen:

- Especialización programática con entretenimiento.
- Financiación mixta: mecenazgo / ingresos propios (autogestión).
- Recurso humano en permanente formación. Somos una empresa y a la vez somos una escuela.
- Producción propia y co-producción.
- Innovación y actualización tecnológica (la nueva televisión/multipantallas)
- Alianzas nacionales e internacionales que fomentan el intercambio cultural entre Venezuela y el mundo.
- Independencia gerencial, con un modelo de gobernanza plural.
- Medición certificada de audiencias.
- Auditoría externa anual.

Desde su fundación, VALE TV ha recibido 51 premios y reconocimientos nacionales e internacionales, incluido un Promax (México) de plata a la mejor redacción de promoción en 2002; *Image & Science* (Francia) por los documentales científicos / históricos: Cacao, alimento de los dioses y Auguste Morisot, 2001 / 2003; Orden Universidad Central de Venezuela por la destacada labor en la divulgación de las artes y la cultura, 2004; Academia Nacional de la Medicina por la encomiable labor en la enseñanza de los conocimientos médicos: Premio Fundación Francisco Antonio Rísquez, 2009; Premio Monseñor Pellín en

diferentes categorías, como por ejemplo a la Institución del año en 2019. Esto, junto al apoyo de la audiencia, solo nos compromete más en nuestra misión de hacer y brindar televisión del conocimiento de calidad con vocación social, la nueva televisión.

Las circunstancias y el medio que nos rodean importan porque condicionan nuestro desempeño, pero no necesariamente determinan nuestro éxito; y cuando digo éxito, no me refiero a una meta u objetivo fijo. Por éxito entiendo los procesos que se establecen para que un algo o sistema marchen. Procesos que deben estar alineados con lo que se quiere ser. Esto último, en definitiva, es lo que define al canal. En VALE TV creemos lo que somos y actuamos en consecuencia. Somos información, valores y contenidos útiles para el día a día de la gente, somos el canal del conocimiento.