
PERSPECTIVAS DE LA TV. POR SATELITE EN VENEZUELA (1987)

JESUS M. AGUIRRE

El éxito de la tecnología de la radiodifusión por satélite ha superado ya la fase de experimentación tanto en lo que respecta a los sistemas lanzamiento y colocación en órbita como en la operación de las transmisiones. Más aún la demanda actual de servicios supera las ofertas disponibles a corto plazo por parte de las empresas estadounidenses y de la Compañía Aeroespacial Europea. Por eso la Unión Soviética y la China Popular se aprestan a entrar en la competencia internacional del mercado de lanzamientos.

Una vez más la innovación tecnológica con su aceleración deja obsoletas las legislaciones vigentes y comienzan a formularse con rezago las cuestiones políticas y socio-culturales, que debieran haber precedido al proceso. El gap tecnológico nos mantiene en estado de incertidumbre y el Estado Venezolano, más sensible a los retos tecnológicos que a las implicaciones político-sociales, no acierta a responder sino con medidas fragmentarias (1).

En estas notas no pretendemos desarrollar los aspectos estratégicos de la asignación de las posiciones orbitales, el reparto de las frecuencias y otros factores económico-políticos, que indudablemente tienen importancia, ya que en el pasado los países de mayor desarrollo tecnológico han acaparado las frecuencias y las posiciones geoestacionarias de la órbita ecuatorial (2). Tan sólo intentaremos hacer algunas previsiones sobre la dimensión socio-cultural, especialmente a partir del decreto 1.176, que libera la permisología de la utilización de las antenas parabólicas.

ANTECEDENTES DE LA RADIODIFUSION POR SATELITE

Venezuela se incorporó por primera vez al sistema de comunicaciones por satélite el 22 de diciembre de 1965, cuando firmó el Acuerdo provisional de INTELSAT. Posteriormente el 29 de noviembre de 1970 entró en servicio la primera estación de satélites CAMATAGUA I a un costo de 20 millones de bolívares, que operaba con el satélite Intelsat 3, situado sobre el Atlántico. Este sistema le permitía a Venezuela ampliar su capacidad de difusión con 132 vías adicionales de transmisión de audio y una de televisión. Cabe señalar, sin embargo, que la primera recepción televisiva por satélite se realizó el año 1969, gracias a una antena instalada por Radio Caracas Televisión, para difundir el primer alunizaje de la historia (3).

Con la inauguración posterior en noviembre de 1980 de la segunda rastreadora CAMATAGUA II, a un costo de 41 millones de bolívares, con acceso a los satélites Intelsat IV-A y V, dispuso de 780 vías de transmisión de sonido y 2 de televisión.

Este proceso de incorporación al sistema de comunicaciones por satélite se ha ido ajustando a la normativa, aún vigente de 1941, que reserva al Estado las concesiones del

espectro radioeléctrico, y al decreto del Presidente Caldera, N° 2.505 del 28 de octubre de 1970, que reglamentaba el uso de satélites, otorgando a la CANTV el monopolio de su utilización con fines comerciales.

Con el nuevo decreto del Presidente Lusinchi, N° 1.176 del 16 de julio de 1986, quedó liberalizada la utilización de antenas de televisión, con lo cual las estaciones de TV. y, en general, los particulares, pueden contratar directamente los servicios de satélites internacionales o recibir a través de antenas señales de TV. para uso privado.

Para justificar la medida se han empleado diversos argumentos, que recogemos sucintamente. De cara a los directivos de las plantas se ha sustentado el razonamiento de que, "el Gobierno nacional tiene el deseo de darle a los canales de TV. todas las posibilidades y libertades necesarias para que nuestras televisoras tengan cobertura internacional, especialmente hacia la zona del Caribe, que es nuestra zona de influencia y en las zonas fronterizas que juegan un papel fundamental en el desarrollo" (4).

Ante el público, la liberalización ha sido explicada por voz del Ministro de Transporte y Comunicaciones, Juan Pedro del Moral, como una necesidad imperativa: "Venezuela no puede quedar rezagada de las modernas tecnologías que en el área de comunicaciones se expanden por el mundo. Ha llegado la hora de los satélites, que utilizados de manera eficiente pueden producir grandes beneficios comunicacionales para el país, porque nos acerca más al resto del mundo" (5).

Por su parte el Presidente de la CANTV, José Luis Espinel, consideró, desde un principio, que la decisión había sido una de las más importantes en los anales de la historia de la telecomunicación en Venezuela y aseguró que de esta manera: "va a mejorar nuestra televisión porque incentiva las posibilidades que ellas mismas tienen en la búsqueda de las mejores oportunidades para el entretenimiento, la cultura y la recreación en general" (6).

Las razones de la liberalización, como se ve, rondan en torno a la modernización tecnológica, a la ampliación de la cobertura de los canales nacionales hacia las fronteras y el Caribe, y al enriquecimiento o mejoramiento de la programación televisiva. Se supone, casi automáticamente que la incorporación de una tecnología, realizada eficientemente, deriva inmediatamente ventajas comunicacionales. O bien, sin decirse, se subestiman ciertos costos sociales o disfunciones culturales.

EL IMPACTO INMEDIATO EN LA PROGRAMACION DE LOS CANALES

De entrada cabría estimar un notable incremento de transmisiones de televisión vía satélite, recibidas en Venezuela u originadas por los canales nacionales, al menos si nos atuviéramos al optimismo gubernamental. De hecho el canal 4 ha mostrado mayor iniciativa, adelantándose en las transmisiones, pero, a juzgar por la programación, aún es conservadora la frecuencia de utilización con respecto al pasado.

Anteriormente entre 1970 y 1980 se realizaron un total de 5.268 transmisiones de televisión por satélite en Venezuela, para un tiempo total de 202.292 minutos. Distribuidos direccionalmente los datos, significa que Venezuela recibió a través de los cuatro canales de TV. 4.784 programas extranjeros para un tiempo de transmisión de 188.693 minutos y emitió 484 programas propios para un tiempo de 13.599 minutos, lo que da una relación de 9 a 1 en términos de programación, con un saldo aún más desfavorable en términos de tiempo (7).

El canal 8, tal vez por las facilidades otorgadas por el monopolio del Estado, ha sido el canal que ha efectuado en el pasado mayor número de transmisiones con una suma general de 3.126 para un tiempo de 105.029 minutos, que corresponde a poco más del 51 por ciento del total operado por los canales. En términos de programas retransmitió 2.751 para un

tiempo de 95.518 minutos y originó o 375 transmisiones con una duración de 9.511 minutos.

El componente primordial de las retransmisiones vía satélite correspondió a los envíos cotidianos del Servicio Iberoamericano de Noticias (SIN) y de VISNEWS, que tan sólo en los tres últimos años de la década (19678-79-80) alcanzó a 610 transmisiones. Desagregando el género informativo, a continuación le siguen los programas deportivos, musicales y de entretenimiento general.

Estas dos tendencias en el desequilibrio del flujo y en la tipología de la programación, si exceptuamos un incremento en la transmisión de programas propios de TV. con motivo del Bicentenario del Nacimiento de Bolívar, no han variado significativamente desde el año 1980 a 1986. En estos últimos años sigue creciendo en forma gradual el uso del sistema vía satélite para múltiples servicios -sobre todo telefónicos- y se ha mantenido con ligeras fluctuaciones como la de 1983 la transmisión televisiva, que apenas constituye un 5 por ciento del total de servicios de telecomunicaciones que ofrece la CANTV.

La suposición de que la liberalización de las antenas lanzaría a los canales comerciales a una competencia sin cuartel en la cobertura del país, en la transmisión internacional o en el cambio programático, no deja de ser ingenua. El problema de la cobertura nacional es una preocupación que envuelve más al Estado que a los directivos de los canales privados, ya que estos no están interesados desde el punto de vista económico en ampliar sus señales a zonas fronterizas de baja concentración demográfica y poco poder adquisitivo. Tal vez el Caribe turístico merezca un tratamiento distinto.

Por otra parte, si bien el saldo de intercambio del canal 8 respecto al exterior es un 4 por ciento superior a la media del conjunto de las estaciones en la década pasada, y cabría esperar un repunte de la iniciativa privada en la transmisión vía satélite, una variación significativa parece improbable por dos factores. En primer lugar hay que considerar el notable aumento de los costos por la caída del bolívar frente al dólar y en segundo lugar la actual estrategia de programación de los canales no parece quedar afectada.

Los canales comerciales no pretenden competir con el canal 8 del Estado a través de los noticieros internacionales, surtidos vía satélite, ya que estos programas ofrecen un rating inferior a cualquier telenovela. Además la táctica de los canales comerciales ha sido la de la venta directa de los programas, sobre todo telenovelas, a sus socios o clientes de EE.UU., Latinoamérica y el Caribe, hasta el punto de que hoy es posible ver alguna telenovela venezolana vía satélite a través de una cadena de televisión americana en español.

Por fin, la recepción directa de programas extranjeros, sobre todo estadounidenses como veremos más adelante, supone el manejo del inglés, si exceptuamos la programación musical y deportiva, y ello puede ser una barrera notable, que utilizarán efectivamente los canales para resguardar sus públicos cautivos del país y su clientela de anunciantes.

Todos estos factores nos hacen prever que el impacto inmediato en la programación televisiva va a ser menos de lo que se ha proclamado estentóreamente por los medios masivos, y que a lo sumo aumentará el desequilibrio del flujo en favor de la penetración transnacional capaz de ofrecer programas competitivos de deportes, música e informaciones, y reforzará el efecto de demostración a través de la publicidad de países superdesarrollados.

POSIBILIDADES Y CONSECUENCIAS EN LA RECEPCION PRIVADA

Hay expertos que consideran que el impacto mayor del decreto 1.176 provendrá de la ruptura y recomposición de los públicos tradicionales, debida a la atracción ejercida por los nuevos programas de radiodifusión por satélite. Por eso nos parece conveniente evaluar sintéticamente el nuevo panorama televisivo abierto a los usuarios de antenas.

Con una antena de 4.5 metros pueden recibirse las huellas de unos 40 satélites, va-

riando las posiciones hasta los 139° (Cuadro Nº 1). Esta situación puede modificarse ya que este mismo año van a lanzarse varios satélites nuevos con un mejoramiento en la calidad de las señales.

Sin embargo, conviene notar, como señaló el Ministro de Transporte y Comunicaciones, que si algunos vendedores de antenas se han dedicado a pro meter la recepción de múltiples señales de todo el mundo a través de numerosos satélites, de hecho sólo tenemos un acceso efectivo a unos siete. A las limitaciones propias, derivadas de la posición geográfica de Venezuela, se añaden las provenientes de las transmisiones en otros sistemas distintos del americano. Así las transmisiones europeas de Francia y la URSS, que se hacen en el sistema SECAM, y la de la República Federal de Alemania que utiliza el PAL, se captan distorsionadas; otro tanto ocurre con las transmisiones brasileñas, difundidas también bajo la norma PAL, que sólo logran recibirse en blanco y negro.

Además cada vez son más los canales con codificación críptica (encrypted signal) o con dispositivos de protección (scramb) que anulan las posibilidades de recepción directa sin una suscripción previa y los correspondientes decodificadores.

Entre los canales aún no codificados están los del Galaxie 74 y gran parte de los Intel sat, y en el mercado norteamericano aún se encuentran dispositivos ilegales (un-scrambled) para desbloquear los ruidos electrónicos que interfieran la recepción clara de señales.

Actualmente los satélites más accesibles son los siguientes: Galaxy 1 (G 1), Galaxy 2 (G 2), Satcom F 1 R (F 1), Satcom F 4 (F 4), Westar 4 (W 4), Telestar 303 (T 3), Satcom F 3 R (F 3), Westar 5 (W 5), Intelsat IV, Intelsat V, Ghorizont. También pueden recibirse señales de los satélites Brasilsat y Morelos (M 1), pertenecientes al Brasil y México respectivamente, si bien el primero, como hemos señalado, utiliza el sistema PAL.

A través de estos satélites, que vehiculan a veces hasta 24 canales cada uno, puede lograrse con una antena doméstica una imagen aceptable de unos 25 canales, cuya programación puede encontrarse en publicaciones especializadas. Obviamente las alternativas más variadas provienen de los canales estadounidenses. Varios canales de TV. por cable (Showtime, Movie, Chanel, Cinemax, HBO, Music TV...) ofrecen programación continua de entretenimiento, cine, noticias, deportes y música, especialmente progresiva.

Para los interesados en la política pueden tener particular interés el canal del Congreso Americano y algunos debates del canal 9 de New Jersey, del canal 9 de New York y del canal 9 de Chicago. Pueden encontrarse también varios canales religiosos de diversas confesiones y no faltan programas infantiles en el canal de Disney. Los preocupados por la problemática de las minorías pueden acceder a una programación específica para judíos, negros o hispanos.

Este es el menú tentador que, compitiendo con los videocassettes, ha movilizad o la producción y venta de las antenas domésticas. Unos cinco grupos, al menos, compiten en el territorio nacional, ofreciendo desde los productos importados o elaborados hasta los servicios de instalación.

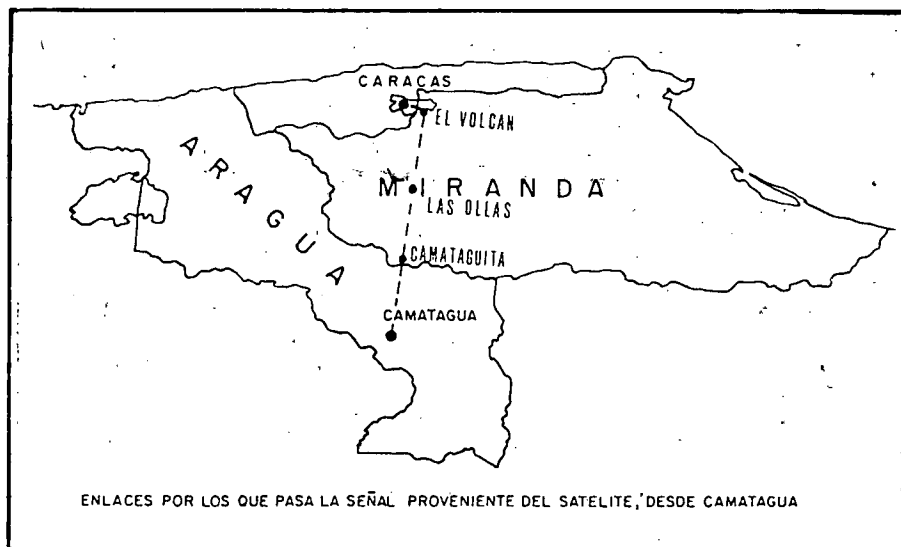
Las estimaciones sobre el mercado potencial varían notablemente, pero, si nos atenemos a los cálculos más prudentes del ingeniero Gelvis Sequera, exdirector sectorial de Comunicaciones, pueden llegar a unos 6.000 compradores en el territorio nacional. Esta cifra podría ampliarse con la disminución progresiva de los costos aún altos (de 100 a 200 mil bolívares dependiendo sobre todo de la importación de las partes).

Lucen imaginarias algunas estimaciones que se han hecho con la mirada puesta en la evolución vertiginosa del mercado norteamericano, donde el ritmo de colocación en el año 1986 fue de 50 mil antenas por mes con el objetivo de tres millones de antenas instaladas para 1987 y una proyección mundial de unos 48 millones de espectadores para 1994.

En el caso venezolano es presumible una pronta saturación en un par de años con un ritmo de colocación de unas 100 antenas mensuales, a las que habría que añadir las importadas. La recesión económica actual deja poco margen para el consumo suntuario de la mayoría de la población, y especialmente de la clase media, sumida en la lucha por la sobre-

vivencia. Cualquier semejanza con el boom de los videocassettes en la década pasada sería equivocada, tanto por la diferencia de costos –aun siendo compartidos– como por la recesión económica.

Lo probable es que haya una sobresaturación tecnológica y programática de los estratos altos, en los que se ha concentrado aún más el ingreso, sin una recomposición significativa de los públicos televisivos, al menos a corto plazo.



ENTRE EL FUTURO DESEABLE Y PROBABLE

Aun en plena euforia petrolera, antes de la crisis de 1983, los diversos gobiernos de Carlos Andrés Pérez y Luis Herrera Campins, no se plantearon la adquisición de un satélite propio y exclusivo como lo han ido haciendo Brasil (Brasilat) y México (Morelos 1 y 2). Más bien la política ha sido la de solicitar a INTELSAT en el segmento espacial de la organización transpondedores para la utilización del Gobierno Nacional.

Así en 1980 la Dirección General Sectorial de Comunicaciones alquiló dos y medio transpondedores por un costo de 84 millones 265 mil bolívares para satisfacer las necesidades de Petróleos de Venezuela, de la Dirección General de Transporte y Tránsito Aéreo, del Ministerio de Defensa, de la CANTV, y ampliar la cobertura del canal 8 –VTV– para un 95 por ciento de la población.

Ya no ha sido retomado en serio el Proyecto SERLA (Sistema Regional de Teleducación para los países de América del Sur), cuyos costos en 1970 por el sistema de satélite se calculaban en unos mil millones de dólares (7). Actualmente se sigue en el proceso lento de proyectar un satélite doméstico propio en colaboración con los países de la región andina (Colombia, Ecuador, Perú y Bolivia).

El proyecto, denominado Condor, y aún no contratado prevé la utilización de 16 canales en ku-band, de los cuales al menos uno en común, y la fecha de la etapa de lanzamiento se sitúa en 1990.

En estas condiciones las conjeturas sobre el futuro correrían el riesgo de ser fatuas, si no contáramos con algunas experiencias probadas de otros países. Todavía las experiencias

brasileña y mexicana, más próximas a nosotros, son incipientes, aunque evidentemente requerirán suma atención por parte de Venezuela en los años inmediatos.

Para nuestro propósito de efectuar algunas previsiones recurramos a los resultados de algunas investigaciones relevantes. Dos de los experimentos más importantes de la década del 70 fueron el de la India (SITE = Satellite Instructional Television Experiment) y el del Pacífico (PEACESAT = Pacific Education and Communication Experiment by Satellite), ya que plantearon el uso del satélite para promover el desarrollo.

El SITE duró un año desde agosto de 1975 a julio de 1976. El gobierno indio obtuvo un préstamo de la ATS-6 para utilizar los componentes espaciales, y el segmento de tierra (antenas, receptores de TV.) así como la programación, fue suministrada por instituciones indias. La coordinación correspondió al ISRO (Indian Space Research Organization). En términos técnicos el proyecto SITE salió airoso, ya que logró dotar a 2338 aldeas rurales dispersas de antenas comunitarias y de receptores de TV. con una programación de cuatro horas diarias. Los objetivos primarios de desarrollo, referidos a planificación familiar, al rendimiento de la práctica agrícola, a la integración, y secundariamente al mejoramiento de la educación e adultos y de las pautas de salud e higiene, sólo obtuvieron logros parciales. Así, por ejemplo, la visión de TV. no incrementó la adopción de métodos de planificación familiar, cuando era uno de los objetivos principales.

Entre marzo de 1976 y junio de 1978 se desarrolló un programa semejante en Costa de Marfil con el apoyo de Francia y Alemania Federal a través del satélite Symphonie, que posteriormente fue también utilizado para video-conferencias, pero sin mayores resultados.

Todo ello ha replanteado de nuevo la crítica del difusionismo, cuando pretende resolver los problemas de desarrollo por la sola vía de incrementar tecnológicamente la información, sin considerar las desigualdades estructurales de riqueza y poder, y las características del liderazgo correspondiente en los grupos tradicionales (8).

La otra experiencia del PEACESAT, que enlazó a 17 estaciones ubicadas en varios países del océano Pacífico, utilizó también la infraestructura técnica del ATS-1, lanzado por la NASA en 1966. Su originalidad, más que en los objetivos instruccionales de nutrición infantil, salud y educación general, consistió en el carácter participativo del modelo. Frente a los modelos de difusión unidireccional PEACESAT presentaba un flujo interactivo entre las comunidades dispersas. Una vez más la resolución telecomunicacional fue intachable. La red, sin embargo, reflejó y reforzó los desequilibrios preexistentes, basados en el nivel socio-cultural urbano frente al rural, y en la preponderancia masculina frente a la femenina.

Ambos resultados confirman la tesis de que la modernización de las telecomunicaciones eleva la eficiencia de los centros difusores, ubicados en polos de desarrollo, mientras la población periférica, particularmente rural, permanece al margen de las comunicaciones modernas (9).

Ello es más evidente cuando se incorporan modelos de difusión comerciales, ya que consolidan simplemente los centros y pautas de desarrollo que favorecen a los núcleos urbanos.

En vista de que en Venezuela hasta 1990 no vamos a gozar de un satélite doméstico propio o compartido con una función educativa o, al menos, cultural, la expansión de los años inmediatos seguirá el modelo comercial competitivo. Por eso el escenario probable de este próximo lustro pueda asemejarse al que nos dibujan algunos países europeos, incorporados al sistema de TV. por satélite como meros receptores, aunque nuestro proceso de integración sea más lento.

Expertos, como Howkins, aseguran que "los satélites han desestabilizado dramática e irrevocablemente la radiodifusión europea (...) hasta el punto de que la noción tradicional de público ha perdido su sentido" (10).

Los países que han mantenido políticas comunicacionales con un sistema mixto, aun con preponderancia del sector público (Suecia, Francia, G.B., RFA, España...) han

comenzado a sufrir los embates de diez o quince canales foráneos con abundante publicidad.

Obviamente a la tradicional discusión sobre políticas nacionales de radiodifusión se ha sumado la consideración sobre las ventajas o desventajas que representan los contenidos de esos nuevos programas transfronteras.

En una primera instancia se pensó en un probable paralelismo entre la televisión por satélite y la radio sin fronteras, llamada radiodifusión exterior. Según esta hipótesis, el nuevo sistema tendería a seguir las pautas de programación y audiencia de las ondas cortas de radio. Así estarían los oyentes habituales de ondas cortas, integrados por oyentes de los otros países distintos del emisor, o por oyentes nacionales que viven en esos otros países, interesados en la programación de su país de origen.

Entre estas audiencias, sobre todo extranjeras, se encuentran los servicios de escucha de los Gobiernos, los servicios de escucha de las emisoras, los servicios informativos de los medios periodísticos, los auditorios de grupo, los líderes de opinión en países de fuerte censura, y misioneros o grupos religiosos. Se supone que estos mismos oyentes complementan su dieta de mensajes con los canales de TV. satelital.

Por otra parte los cazadores de ondas, dextristas (observadores desinteresados) y estudiantes de idiomas tienen ahora una nueva oportunidad para satisfacer sus intereses, especialmente en los países que como los de la Europa central pueden acceder a canales en cuatro, cinco y más lenguas (11).

Ahora bien, estas suposiciones plausibles, han comenzado a replantearse a partir de las primeras investigaciones empíricas. Así, por ejemplo, a diferencia de la radio sin fronteras, ha sorprendido la proporción significativa de programas de música popular o "music-videos" transmitidos por canales especializados (Music Box, Sky Channel, etc.).

Como hemos anotado anteriormente, en Venezuela son accesibles varios canales musicales (MTV: Music Television; VH-1: Video Hits-One; CMTV: Country Music Television; Much Music, Hit Video USA...) y parece desarrollarse el mismo fenómeno.

Existen varios estudios de análisis de contenido, realizados sobre los canales estadounidenses, entre ellos el MTV, que suministran la mayor parte de los music-videos vía satélite. Contra ellos han recaído las críticas habituales de exacerbación del sexo y la violencia, así como de discriminación basada en la subrepresentación de las mujeres y los negros (12).

Otro estudio más reciente de Per-Erik Elg y Keith Roe sobre los "music-video" que penetran a países nórdicos europeos, como Suecia, arroja resultados semejantes, aunque, contra lo que pudiera creerse, han detectado que las producciones procedentes de la Gran Bretaña manifiestan más crudeza y violencia que las estadounidenses.

En términos de público, su "target" corresponde a los adolescentes de la subcultura juvenil, identificados con la música pop y rock (Cuadros N^{os}. 4 y 5). "Esencialmente comentan dichos investigadores— los programas representan extensiones de las actividades de producción, mercadeo que circundan a la industria fonográfica" (13). Digamos, pues, que la publicidad transnacional comienza a ver luz, en un panorama que se percibía bloqueado por las prioridades educacionales del nuevo sistema y los celos de la seguridad estatal.

Ante este escenario la actual política comunicacional nos luce paradójica. Mientras se pretende hacer cumplir el 1 por 1 en la programación musical de radio, se liberalizan los canales de TV. por satélite. Y a la vez que a la letra impresa —más fundamental para la cultura— se le reducen las fronteras por las medidas impositivas, a las ondas foráneas se las libera para reforzar aún más la esquizofrenia de nuestra subcultura juvenil cada vez más iletrada.

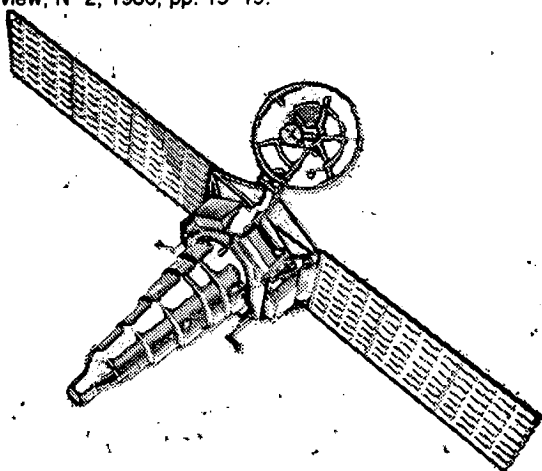
En definitiva, la liberación de las antenas parabólicas no parece ofrecer nuevas alternativas, cualitativamente distintas, para la mayoría de los venezolanos. Se ahondará más la brecha tecnológico-informativa entre los estratos superiores e inferiores del país, y los adolescentes se expondrán más intensivamente a las corrientes comerciales de la cultura y

moda transnacional, más allá de las identidades nacionales, comulgando con el triunfo del capital transfronteras.

Y cuando se desate una guerra fría de programación satelital entre las potencias hegemónicas, asistiremos una vez más al duelo como convidados de piedra.

NOTAS BIBLIOGRAFICAS

- (1) Aguirre, Jesús M.: "La inducción de tecnologías de difusión masiva en Venezuela", COMUNICACION, Nº 33-34, sept.-oct. 1981, pp. 28-44.
- (2) Sobre la posición venezolana en la C.A.M.R. ver: Capriles, O. y Safar, E.: "Venezuela y la Conferencia Administrativa Mundial de Radiocomunicaciones de 1979, ININCO, Caracas, 1979, multig.
- (3) Aepil Prados, Jacobo: "Radiodifusión por satélite", VIDEOFORUM, Nº 7, Caracas, 1980, pp. 117-123.
- (4) Diario "El Nacional", 26 de octubre de 1986, B-31.
- (5) Entrevista con el Ministro Juan Pedro del Moral, "El Nacional", 2 de diciembre de 1986, D-24.
- (6) Spadaro, Patricia: "Aprobaron la liberalización de las antenas de televisión", El Diario de Caracas, 26 de octubre de 1986, p. 18.
- (7) Llovera, Raúl: "Comunicación y Desarrollo en Venezuela. Los programas de televisión vía satélite. Naturaleza y perspectivas. Tesis para el Dr. Universidad de París, XIII. Respecto al Proyecto SERLA véase: Brito, B.: "La teleducación vía satélite en Venezuela, COMUNICACION, Nº 33-34, 1981, pp. 51-57.
- (8) Heather, Hudson: "Satellite Communication and Development. A Reassessment", en COMMUNICATION RESEARCH TRENDS, Vol. 4 (1983), Nº 2.
- (9) Ibid. p. 2.
- (10) "A Shift in Perception: The evolution of Satellites in Europe", Media Information Australia. 38, November 1985, 57-61.
- (11) Núñez Mayo, Oscar: "La radio sin fronteras. Radiodifusión exterior y comunicación de masas". Pamplona, 1980, pp. 347 ss.
- (12) Fry, VH and Fry, DL (1986), "MTV: The 24 Hour Commercial". Journal of Communication Inquiry. Vol. 10(1) Winter. 64-65.
- Brown, JD and Campbell. Vol. 30(1) Winter. 94-106.
- (13) Per Erik Elg and Keith Roe: "The Music of the Spheres-Satellites and Music Video Content", The Nordicom Review, Nº 2, 1986, pp. 15-19.



CUADRO III

SATELLITE ORBIT BOOKMARK

KEY FOR BIRDWATCHER

- (V) — Vertical Polarization
- (H) — Horizontal Polarization
- (R) — Repeat program
- (CC) — Close-captioned/for the hearing impaired.
- ◊ — Restricted encrypted signal
- ◆ — Available encrypted signal

SIMULCAST SERVICES

- CBN F3 (3) = G1 (1)
- CBS T2 (2) = T1 (2)
- PTL F3 (3) = G1 (1)

SERVICES BY SATELLITE

Svc. Id. #	Sat.	Tr. #	Description
033	F5	(2)	Learn Alaska TV Network
318	F1	(8)	NBC—East
541	(12)		NASA Contract Channel
219	G1	(7)	TNN (The Nashville Network)
443	(2)		WGN—Chicago
235	(4)		The Disney Channel—East
354	(5)		Showtime—East
051	(6)		SIN (Spanish Internat'l Network)
220	(7)		CNN (Cable News Network)
410	(8)		CNN Headline News
424	(9)		ESPN
353	(10)		TMC (The Movie Channel)—East
222	(11)		CBN Cable Network
559	(12)	◊	RequestTV
236	(13)		C-SPAN
237	(14)		TMC (The Movie Channel)—West
224	(15)		WOR—New York
470	(17)		PTL Satellite
346	(18)		WTBS—Atlanta
218	(19)	◆	Cinemas—East
029	(20)		GalaVision
592	(21)		USA Network—East
473	(22)		The Discovery Channel
542	(23)		AVN (Alternate View Network)
233	(25)	◆	HBO (Home Box Office)—East
238	(24)		The Disney Channel—West
042	F3	(1)	Nickelodeon
047	(2)		PTL Satellite
493	(3)		TBN (Trinity Broadcasting Network)
259	(4)		FNN (Financial News Network)/SCORE
592	(5)	◊	Viewer's Choice
388	(6)		SPN (Satellite Program Network)
015	(8)		CBN Cable Network
058	(9)		USA Network—West
104	(10)		Showtime—West
037	(11)		MTV: Music Television
027	(12)		EWTN (Eternal Word Television)
105	(13)	◆	HBO (Home Box Office)—West
382	(14)		VH-1/Video Hits One
002	(15)		TLC (The Learning Channel)
032	(16)		HTN (Homo Theater Network)
216	(17)		Lifetime
313	(18)		NJT (National Jewish Television)
441	(19)		BET (Black Entertainment Television)
059	(20)		The Weather Channel
491	(21)		HSN 1 (Home Shopping Network 1)
106	(22)	◆	Cinemas—West
417	(23)		A&E (Arts & Entertainment)
500	T3	(1)	CMTV (Country Music Television)
499	(2)		SoloTV
496	(3)		American Extasy
501	(4)		KTVT—Dallas
199	W5	(2)	The University Network (The Unchannel)
494	(3)		PASS (Pro Am Sports System)
291	(7)		Meadows Racing Network
497	(24)		The FUN Channel
498	(25)	◆	PPV—The Pay-Per-View Channel
326	S1	(1)	HSN (Hospital Satellite Network)
336	(2)	◊	ACTS (American Christian Television)
460	(3)		BTH (Baptist Telecommunications)
451	(4)		VMT (Vanderbilt Medical Television)

Svc. Id. #	Sat.	Tr. #	Description
540	M1	(1)	XEW—Mexico City
539	(2)		XHTM—Mexico City
538	(3)		XHDF—Mexico City
537	(4)		XETV—Tijuana/San Diego
320	AD1	(2)	TSN (The Sports Network)
345	(4)		Global Television
334	(5)		MuchMusic
017	(6)	◊	CHCH—Hamilton, ONT
249	(7)	◊	WDIV—Detroit NBC Affiliate
408	(10)	◊	WXYZ—Detroit ABC Affiliate
249	(11)		CBC North—Pacific
056	(10)	◊	TCTV—Sherbrooke, QUE
250	(13)		CBC French—Eastern
264	(16)		CBC Parliamentary Network (French)
019	(16)	◊	CITV—Edmonton, ALTA
344	(19)		CBC North—Eastern
251	(20)		CBMT—Montreal CBC Affiliate
252	(21)	◊	WTVS—Detroit PBS Affiliate
007	(23)	◊	BCTV—Vancouver CTV Affiliate
253	(23)	◊	WJBK—Detroit CBS Affiliate
014	(24)		CBC Parliamentary Network (English)
254	(24)		CBC French—Pacific
282	W4	(1)	CTNA (Catholic Telecommunications)
045	(15)		PBS A—Eastern
242	(17)		PBS B—Central
243	(18)		PBS C—Mountain
244	(19)		PBS D—Pacific
430	T1	(2)	CBS—Central
263	(7)		World Communications
001	(10)		ABC
302	(12)		ABC—Affiliate feeds
595	(13)		CBS—West
377	(23)		World Communications
492	T2	(1)	ABC—West
457	(15)		CBS—Affiliate feeds
458	(20)		CBS—Central
550	F4	(1)	HSN 2 (Home Shopping Network 2)
011	(2)		Bravo
551	(3)		The C.O.M.B. Value Network
428	(4)		Nickelodeon—West
478	(5)		BizNet (American Business Network)
546	(6)		MSGN (Madison Square Garden Network)
041	(7)		NCR (National Christian Network)
564	(8)	◊	The People's Choice
284	(9)		SportsVision
329	(10)		AMC (American Movie Classics)
239	(11)		HSE (Home Sports Entertainment)
046	(12)		The Playboy Channel
548	(13)		The Heartbeat Network
328	(14)		NEWSN (New England Sports Network)
560	(15)		Private Ticket
557	(16)		SNL (Success-N-Life)
399	(17)		The Silent Network
508	(18)		Hit Video USA
289	(19)		WPIX—New York
547	(20)		Prime Ticket
471	(21)		The Nostalgia Channel
258	(22)		HTS (Home Team Sports)
556	(23)		Nightline Television Network
536	F2	(1)	NASA Contract Channel
453	(2)		AFRTS (American Forces Radio and TV)

CUADRO IV
ESTILOS MUSICALES: VIA SAT.
CANALES: MUSIC BOX Y SKY CHANNEL (1986)

Music Videos: Musical Styles

<u>Musical Style</u>	<u>Number of Videos</u>	<u>(%)</u>
Pop	15	40
Disco	5	13
Rock	5	13
New Wave	3	8
Synth	3	8
Folk	3	8
Reggae	2	5
Heavy Metal	1	3
Jazz	1	3
TOTAL	38	101

CUADRO V
ESTILOS DE VIDEO: VIA SAT
CANALES: MUSIC BOX Y SKY CHANNEL (1986)

Music Videos: Video Styles

<u>Video Style</u>	<u>Number of Videos</u>	<u>(%)</u>
Rockumentary	11	29
Action	6	16
Love/courtship	6	16
Science Fiction	4	11
Nostalgia	4	11
Other	3	8
Humour	2	5
Experimental	2	5
TOTAL	38	101