

Mapa de la situación de los medios privados en la Venezuela actual

El presente artículo es la presentación sumaria de un mapa del estado de los medios de comunicación del sector privado/comercial en la Venezuela de estos últimos años. El trabajo abarca la prensa, la televisión y la radio por región, el número de medios y las inversiones captadas por los mismos.

■ **RAFAEL QUIÑONES**

Con el pecado original de repetir un lugar común en la discusión sobre comunicación en los últimos años, la situación de los medios de comunicación en Venezuela ha cambiado radicalmente en el último lustro. La entrada de los medios de comunicación con posiciones políticas claramente definidas tanto desde el ámbito del Estado como de los medios privados, dibujó una dinámica en que dichos medios abandonaban el papel pasivo que durante décadas desempeñaron como actores políticos en el juego democrático venezolano y pasaron a un papel abiertamente activo dentro de la actual polarización socio-política.

Este cambio no sólo implicó modificaciones en el tono y apertura de las líneas editoriales de cada uno de los medios desde su afinidad ideológica, sino igualmente modificaciones en la inversión y cobertura de los diferentes tipos de medio en la esfera privada de las comunicaciones. La polarización política llevó a una postura selectiva, por parte del Estado, sobre cuáles medios y sus correspondientes editoriales eran el *target* para que la publicidad oficial, la cual representa un segmento significativo de la inversión publicitaria que captan los medios privados, pudiese ser transmitida. De manera parecida, el conflicto socio-político que experimenta nuestro país hace selectivo cuales instrumentos de regulación estatal de los medios se aplica con mayor rigor a determinados medios en contraste a pares que no sufren el mismo acoso por parte del sector oficialista de la sociedad venezo-

lana, notándose procesos de coacción y desestimulación productiva desde el Estado en orientación a determinados medios.

Lo anterior nos sirve para introducir al lector en el presente artículo que intenta esbozar un mapa del estado de los medios de comunicación a nivel global en Venezuela en los últimos años. El trabajo abarca la prensa, la televisión y la radio por región, el número de medios cifrados en cada categoría y las inversiones captadas por los mismos en los últimos años.

1. Televisión

La televisión sigue siendo el medio que capitaliza mayor uso por parte de la población venezolana como también de la inversión en materia de publicidad. La señal de los diferentes medios cubre cerca del 97% del territorio nacional y penetra 98% de los hogares del país (Universal McCann), donde más de dos tercios de los hogares poseen dos o más televisores. En señal abierta existen cuatro canales de cobertura nacional: *Venevisión*, *Televén*, *TVES* y *Venezolana de Televisión*. Igualmente existen dos canales de cobertura nacional limitada: *Globovisión* y *Meridiano Televisión*. En contraste, existen cuarenta emisoras regionales que compiten entre sí frente a las emisoras nacionales y sus pares por sus segmentos de *rating* a nivel regional.

Desde 2006 las televisoras regionales han buscado agruparse en alianzas estratégicas con sus pares a fin de compartir in-

formación y programación en general además de hacer más efectiva la rentabilidad por publicidad, de ellos destaca la creación de un canal por televisión paga *Televisión Regional (TVR)* que agrupa *Global TV, TAM, TRT, TVO y TVS*; y la creación de dos grupos regionales, el *Grupo Nacional de Televisión* y el *Circuito Venezolano de Televisión Nacional (CVTN)*, el primero compuesto por el *Canal 21 (Táchira)*, *NTV Televisión*, *OMC Televisión*, *Mira TV*, *Telellano*, *Total TV*, *Trujillo TV* y *Universal Televisión*; mientras que *CVTN* está conformado por *Contac TV*, *Jerga Visión*, *Nautavisión*, *DAT TV*, *TV Familia*, *TV Proclamación*, *Somos TV*, *V + TV*, *Sol Televisión*, *Olímpica Televisión*, *Telesol*, *Atel TV* y *Telecolor*.

Para el cuarto trimestre del año 2009, Conatel estima que había en el país 2 millones 165 mil 787 Bs.F abonados a la televisión por suscripción, implicando un nivel de penetración por hogar entre 32,09% y 49,6%. Para principios del 2009 existían 51 empresas que prestaban servicios de televisión por suscripción, siendo las principales aquellas que atienden alrededor del 95% de los suscriptores: Directv (43%), Inter (32%), Net Uno (10%), Supercable (7%) y Movistar TV Digital (3%). El 13 de diciembre de 2006 el canal *Telesur* anuncia la adquisición del canal *CMT*, la cual se hace efectiva desde el 9 de febrero de 2007, cuando éste último desaparece dándole paso al primero.

En concesiones, en materia de televisión abierta, para 1998 unas 29 concesiones se habían emitido para la televisión comercial (93,55% del total general) y dos para la televisión pública (6,45% del total general). Entre 1999 y 2009 se otorgaron, en cifras de Conatel, 38 para medios privados comerciales (48,10% del total general), junto con 37 concesiones en televisión abierta para televisoras comunitarias (46,84% del total general) y cuatro para la televisora de carácter gubernamental (5,06% del total general). En sumatoria, para el 2009 se habían concedido 69 concesiones de televisión abierta a medios privados comerciales, 37 para



La región centro-occidental del país cuenta entre sus televisoras a Promar TV como el canal de mayor cobertura y tecnología de la región, siendo el canal oficial del equipo de beisbol de los Cardenales de Lara. El canal larense cuenta con uno de los mejores equipos periodísticos de la región, al igual que los derechos exclusivos para cubrir los actos religiosos relacionados con la procesión de la Divina Pastora.

medios comunitarios y seis para medios gubernamentales.

Según cifras de Conatel, de los 65 concesionarios privados de TV, sólo 58% actualizaron sus datos para renovar su concesión frente a 42% que no lo hizo. En materia de concesiones de TV privada, 77% de 198 concesionarios actualizó sus datos para renovar su concesión frente a 23% que no lo hizo. Aún cuando la proporción de concesiones (canales) es de 77-23%, la proporción resulta 58-42% en relación a los concesionarios, distinguiéndose además que existen 65 concesionarios y 198 estaciones. Varios concesionarios tienen múltiples estaciones (repetidoras) y cada una puede presentar situaciones diferentes de permisología.

En cuanto a televisión por suscripción, Conatel presume que de los operadores por suscripción, 165 están habilitados para la distribución del servicio (aproximadamente 50% del total general) frente

a unos 163 operadores que son *presuntos infractores*, cerca igualmente de 50% del total general de los operadores.

En distribución geográfica, cabe destacar las principales televisoras regionales dentro del país. En la región central, excluyendo los canales de alcance nacional como *Venevisión* y *Venezolana de Televisión*, se encuentran *NCTV*, canal carabobeño con una señal abierta que abarca los estados de Carabobo, Aragua, Cojedes, Falcón, Miranda y algunos lugares de Caracas a través de la frecuencia 36 UHF y la plantilla de radio operadora como NetUno. Otra planta de la región es la *Televisora Informativa del Centro (TIC)* fundada en octubre del 2003, que se ve en Aragua, Carabobo, Cojedes y Guárico a través de los canales 3 (a través de las señales Inter y NetUno) y 24 en señal abierta. *La Televisora Regional de Venezuela*, que comenzó sus labores a finales del 2004, transmite en los estados Aragua, Carabobo, Guárico y Cojedes, con una programación 100% propia. *Dat Studios Production and Television*, creada en 1999 es otro canal de la región central del país a través de la señal abierta 30 UHF que alcanza todo el territorio nacional vía satélite. Para finalizar con la región central, *TVS* canal aragüeño de televisión cuyo principal accionista es la familia Sindoni, cuya señal opera desde 1994, a través de la señal abierta 60 UHF y los canales 43 y 34 de los servicios de cableoperadoras.

La región centro-occidental del país cuenta entre sus televisoras a *Promar TV* como el canal de mayor cobertura y tecnología de la región, siendo el canal oficial del equipo de beisbol de los Cardenales de Lara. El canal larense cuenta con uno de los mejores equipos periodísticos de la región, al igual que los derechos exclusivos para cubrir los actos religiosos relacionados con la procesión de la Divina Pastora. *Promar TV* tiene presencia a través de Intercable y Directv por el canal *TVR*, por lo cual atraviesa las fronteras regionales, siendo por derecho propio el principal canal de la región Centro-Occidental de Venezuela.



La televisión zuliana, en contraste, tiene con sus medios una gran variedad en su oferta al televidente regional. *Niños Cantores*, canal regional, que comienza sus actividades en 1987, y actualmente transmite por el canal 11 de señal abierta, 69 de Intercable y 11 de NetUno. Por su parte, desde 1991, *Zuliana de Televisión* se transmite en señal abierta del canal 30 UHF a los estados Zulia, Táchira, Mérida, Trujillo y Falcón, con una programación variada pluralista dentro de los tiempos de polarización política en que se viven. Para 1995 nace *Televisa*, que en señal abierta aparece en los canales 7, 9 y 43 VHF para la región zuliana. Por último, *Atel Americana* se transmite por el canal 115 de Directv, desde el año 2003, presumiendo alcanzar a unas 350 ciudades del país y más de treinta países.

En los andes, la televisora regional de *Teleboconó* funciona en Trujillo desde 1978, enviando su señal a Trujillo, Barinas, Portuguesa, Cojedes, Apure, parte de la región fronteriza colombiana y algunos municipios de Mérida, Zulia y Lara. Canal de una organización sin fines de lucro que transmite programas eminentemente culturales, se considera la primera escuela de televisión comunitaria del país. Otro canal destacado de la región es la *Televisora Andina de Mérida (TAM)* que opera desde 1982 y llega a 700 mil personas en el estado Mérida gracias a estar afiliado a TVR (circuito regional de televisoras que se transmite por vía satélite). Como cierre, la *Televisora Regional del Táchira* funciona desde 1989 en la región, saliendo en los canales 2 y 6 de señal abierta y por cableoperadoras como Intercable y NetUno, enfocando su programación en eventos culturales de carácter regional.

En los llanos, destaca *Telellano*, asentado en el estado Barinas y cuya señal se transmite por el canal 41 en señal abierta para los principales municipios del estado desde el año 2002. En Guárico tiene su sede *TV Llano*, cuya señal se transmite por el canal 25 de señal abierta así como por el 42 de la operadora Inter en la región, viéndose la señal en todo el estado Guárico. En Apure se encuentra *Contac TV*, que se ve por señal libre dentro de la capital del estado San Fernando, además de parte de Guárico, Amazonas y varias zonas de Barinas; en esta última por cable. Programación de corte religioso según palabras de los directivos de la empresa que aspiran convertirlo en el primer canal cristiano de Venezuela. Otro canal de significación es la *Televisora Regional de Portuguesa*,

En los andes, la televisora regional de Teleboconó funciona en Trujillo desde 1978, enviando su señal a Trujillo, Barinas, Portuguesa, Cojedes, Apure, parte de la región fronteriza colombiana y algunos municipios de Mérida, Zulia y Lara. Canal de una organización sin fines de lucro que transmite programas eminentemente culturales, se considera la primera escuela de televisión comunitaria del país.

que desde el 2005 es la mejor emisora regional del estado Portuguesa, además de las regiones de Acarigua y Araure. En el mismo estado se sintoniza también las señales de *Universal Televisión* y *Regional Acarigua*, así como *Guanavisión* y *Tuyavisión*. Igualmente, en este estado llega en buena parte de sus regiones la programación de Proma, canal bandera del estado Lara.

En la región oriental destaca como pionero desde 1989 *Telecaribe*, canal oficial del equipo de beisbol de la región –Los Bravos–, cuya señal, gracias a la presencia de las cableras, llega a Porlamar, Cumaná, Carúpano, Puerto La Cruz, Boca de Uchire y Puerto Píritu. Otra alternativa para la región desde 1992, es la *Televisora de Oriente (TVO)*, canal nor-oriental del país cuya señal alcanza al estado Anzoátegui (canal 5 y 13), Monagas (canal 32), Sucre y Nueva Esparta (canal 8), Miranda y Guárico. *TVO* concentra sus principales centros televisivos en Puerto La Cruz y Maturín, esté último en el estado Monagas. En 2003 surge *Prisma Televisión*, al aire por medio del canal 10 UHF/VHF, siendo su punto de cobertura principal la ciudad de Cumaná del estado Sucre. En 2008 nace *Isla TV*, canal del estado Nueva Esparta que transmite a su estado sede, y a los estados Sucre, Delta Amacuro y Anzoátegui.

En la región guayanesa, una de sus principales televisoras está en Puerto Ordaz, *TV Guayana*, que desde 1993 funciona como señal abierta a través de los canales 12 y 13, llevando su programación a las principales ciudades de Bolívar, Monagas, Delta Amacuro y Anzoátegui. Esta televisora forma parte del grupo que maneja *El Correo del Caroní*, que se constituye como principal proveedor de los titulares informativos de sus programas noticiosos. Por su parte, la televisora regional *BolívarVisión* se incorporó recientemente al grupo editorial que maneja *El Luchador*, cuya señal llega principalmente a Puerto Ordaz. Otro medio de tradición en la región es *Amavisión*, canal que se enfoca en contenidos formativos y culturales, cuya sede y funcionamiento reside en Puerto Ayacucho, estado Amazonas, desde el año 1984.

2. Radio

Definido como medio-individuo, la radio es quizás el medio más popular en el escenario de medios. Prácticamente no existe un hogar, un vehículo o una persona que no tenga acceso a un amplio abanico de estaciones radiales. Los mensajes crean imágenes mentales en el oyente, lo cual le imprime un alto valor comunicacional. En el país existen unas seiscientas emisoras –la gran mayoría comerciales– de las cuales, dos terceras partes transmiten en Frecuencia Modulada (FM). Adicionalmente, en los últimos años han hecho su aparición numerosas *emisoras comunitarias* (aproximadamente 250 operan con autorización del Estado y un número indeterminado sin ella) cuyas frecuencias de transmisión, en algunos casos, interfieren con la de emisoras comerciales. El medio también se ha visto afectado por el cierre o limitación de potencia de transmisión, de unas 35 radioemisoras (*Circuito CNB* y otras). Medio dinámico y flexible, la radio ha incorporado a su programación las redes sociales –Twitter, Facebook, etcétera– imprimiéndole un carácter interactivo y actual.

Algunas de las características de la audiencia de la radio reseñadas en el informe *TGI Venezuela Waves I y II* son que 53,1% de la población oye radio regularmente; de esos oyentes observamos 36,4% con edades comprendidas entre los 12 y los 25 años. De la población total de oyentes, 47,8% son hombres y 52,2% son mujeres; 20% de los oyentes totales pertenecen a los estratos A, B y C, y el res-

tante 80% a los estratos D y E. Se observa que 54,66% de los radioescuchas oyen radio en casa de 6:00 am a 9:00 am, donde de este grupo 15,76% escucha entre 2:30 y 3 horas de radio.

En radio, las diez categorías en que más se invirtió en publicidad en el año 2009 fueron:

1. Entidades económicas.
2. Telecomunicaciones.
3. Productos medicinales.
4. Prendas de vestir.
5. Diversión y espectáculos.
6. Transporte y turismo.
7. Materiales y maquinarias.
8. Organismos oficiales.
9. Vehículos y artículos.
10. Comestibles.

La mayoría de las cifras disponibles sobre emisoras de radio reflejan emisoras monitoreadas por IVP: 30 en Caracas (12 FM, 18 AM), y 24 en el interior (12 en Carabobo-Aragua y 12 en Zulia), dejando unas 546 emisoras sin reportar su inversión publicitaria. Buena parte de las emisoras forman parte o están agrupadas en circuitos, siendo los principales los que señalamos en el cuadro 1.

Otros 32 circuitos más pequeños, en su conjunto, agrupan a 110 emisoras comerciales (Fuente: Guía Radial de Venezuela). Adicionalmente, otros dos circuitos agrupan a un significativo grupo de emisoras no comerciales, *Radio Fe y Alegría Noticias*, con doce emisoras, y la *Corporación Venezolana de Radiodifusión*, que agrupa a más de 85 emisoras (*Radio Nacional de Venezuela*, *YVKE Mundial* y *Radio del Sur*). La Cámara de Radio estableció que la inversión media en radio a nivel nacional, en las 399 emisoras (251 FM y 148 AM) inscritas en la Cámara para el 2009, alcanzó un monto aproximado, para ese año, de Bs.F 600 millones. Se utiliza este valor como referencia para compararlo con los cálculos de estimación de inversión.

En materia de actualización de datos, 95 de los concesionarios AM privados (53% del total general) actualizaron sus datos frente a 83 concesionarios (47% del total general) que no lo hicieron. En materia de concesiones AM privadas, Conatel registró que 98 concesiones fueron actualizadas para su renovación (53% del total) frente a 86 concesiones que no lo hicieron (47% del total).

En cuanto a concesionarios de FM privados, 281 (65% del total general) sí actualizó sus datos para su renovación, mientras que 150 (35%) no lo hizo en el



En cuanto a concesiones FM privadas, 318 concesiones sí actualizaron sus datos dentro de los parámetros estatales (67% del total general) frente a 154 concesiones (33% del total general) que no actualizaron según las reglas establecidas por el Estado.

marco de las regulaciones del Estado. En cuanto a concesiones FM privadas, 318 concesiones sí actualizaron sus datos dentro de los parámetros estatales (67% del total general) frente a 154 concesiones (33% del total general) que no actualizaron

según las reglas establecidas por el Estado.

En distribución regional, una zona importante es el centro de Venezuela por reunir la mayor cantidad de empresas del país en materia de radiodifusión, lo que conlleva el eje Maracay-Valencia (estados Aragua y Carabobo respectivamente). En Aragua es referencia la emisora *Show 106.7 FM*, mientras que en Carabobo *Bonchona 107.1* es una de las emisoras más escuchadas con música latina y ritmos venezolanos. También en la misma zona se encuentra *Buenísima 103.3* (dirigido al público entre doce y 35 años de edad), *Max 92.9* y *Cosmopolitan 107.9*. El circuito *Alianza* es una alternativa para escuchas de Maracay y Valencia desde el año 2004 cuando inició operaciones con *Radio Ciudad 88.5 FM*, actualmente incluyendo las estaciones *La Calle* (98.9 FM), *98.5 FM* en San Juan de los Morros y otras afiliadas en Puerto La Cruz, Valencia y Guarenas. Otra señal significativa es *Auténtica 107.5 FM*, que se mantiene

Cuadro 1

CIRCUITO	EMISORAS	PORCENTAJE
CIRCUITO KYS	9	2%
CIRCUITO X	15	4%
CNB	10	2%
FM CENTER / FIESTA / LA ROMÁNTICA	39	9%
PLANETA	13	3%
RUMBERA	23	5%
SISTEMA CON RADIAL	10	2%
TRIPLE F	22	5%
UNIÓN RADIO / MEGA / ONDA / ÉXITOS	40	9%
OTROS CIRCUITOS	80	18%
RESTO DE LOS OPERADORES	177	41%
<i>Total general</i>	438	100%

CIRCUITO	EMISORAS	PORCENTAJE
ALFA OMEGA	7	4%
AM CENTER	15	8%
CADENA STEREO	6	3%
RADIO CARACAS RADIO	5	3%
RADIO CONTINENTE	8	4%
RADIO VENEZUELA	11	6%
RED FE Y ALEGRÍA	4	2%
SATELITAL RUMBOS	5	3%
UNIÓN RADIO	8	4%
OTROS CIRCUITOS	26	14%
RESTO DE LOS OPERADORES	93	49%
<i>Total general</i>	188	100%



integrada a la corporación RR (grupo multi-mediático regional) desde hace cinco años. Es la estación oficial de los Tigres de Aragua cuya señal llega a todo el estado Aragua, además de zonas de Carabobo y Miranda. Por último, *Activa 93.1 FM*, su señal llega a los estados Carabobo y Aragua.

Tocando la región centro-occidental del país, se debe hablar de *Radio Minuto* tanto FM (eje Barquisimeto-Cabudare y Acarigua-Araure) como AM (todo el estado Lara, Portuguesa y Yaracuy). En frecuencia modulada cabe destacar *Sabora 94.1* del circuito nacional *FM Center* y *Líder 94.1*, que pertenece a la cadena del mismo nombre. En Falcón existe un cuadro de emisoras en la península de Paraguaná, habiendo unas diez emisoras de las que sobresalen por tradición y cobertura *J 98.5 FM*, *Jet 95.3 FM* y la joven *Frecuencia Musical 104.1 FM*, con un año de historia. En la banda AM de la región falconiana, las de mayor tradición y fortaleza son *Ondas de los Médanos 660*, *Punto Fijo 940*, *Paraguaná 880* y *Caribe 1.150*.

En la región zuliana, tomando en cuenta el problema de la gran proliferación de emisoras ilegales, existe una muy conocida emisora, la de la *Organización Higuera Miranda*. En FM están las opciones de *Sabor 106.5* (programación tropical latina para todo el público), *Col 105.9* (que transmite desde la Costa Oriental del Lago), y *Súper 93.5* (dirigidas a las regiones occidentales del estado). En la banda AM, el grupo *Higuera Miranda* cuenta con dos de las empresas más longevas de la región: *Reloj 1.300*, que forma parte del circuito nacional de *Deportes de Unión Radio* y *Popular 700*, una de las primeras en la capital zuliana desde el año 1937. En AM también son famosas *Perijá 540* y *Libertad* en Cabimas. Al mencionar un gigante como *Unión Radio*, cabe destacar la emisora *Teleuno 97.1 FM* que forma parte de la cadena *Actualidad*; la radio *99.7 FM* es parte del circuito *La Mega* y, completan la parrilla, *89.7 FM* (*Éxitos*) y *95.5* (*Onda*). Para finalizar con la región zuliana, la emisora *OK 101.5 FM*, *Fabulosa Estéreo 94.7 FM*, *Metropolis 103.9 FM* y *Power 92.9 FM*.

En la región andina, por sus características montañosas, la radio es muy popular, destacándose en AM emisoras como *Táchira 1.000*, *San Sebastián 960*, y *Ecos de Torbes*, todos de San Cristóbal. En la ciudad de Mérida sobresale *Mérida 1.490*, mientras que en Trujillo tiene fuerte sintonía *Valera 1.230* y *Simpatía 1.410*. El *Circuito Líder* es fuerte en la re-

En formato estándar o tabloide existen en el país unas cien publicaciones periódicas dentro del rubro prensa: 95 diarias y cinco de frecuencia semanal. El periódico de mayor circulación certificada es el Últimas Noticias, del grupo empresarial Capriles, con un promedio de circulación cercano a los 200 mil ejemplares.

gión, haciendo coberturas de las Ferias del Sol y San Sebastián, siendo sus estaciones *Romance 93.1 FM* en Mérida, *99.5* San Cristóbal, la *Líder 92.3 FM* (Mérida), *92.7 FM* (San Cristóbal), *101.1 FM* en el Vigía y *94.9 FM* en Barquisimeto, junto con *Activa 95.3 FM* y *103.5 FM* en Mérida y *101.3 FM* en San Cristóbal. En la ciudad de Mérida se escuchan *Éxitos 100.9 FM* con 65% de *share* en los estratos A, B y C de la ciudad. Otra opción es *CDR 98.7 FM*, con programas de información y opinión. En Trujillo las once emisoras privadas pertenecen al gremio CVIR, siendo las más destacadas en FM: *Superior 88.3*, *Súper K 94.3*, *Única 99.9* y *Tiempo 91.5* en la región de Valera. Otras fuertes en la región son *Fascinación 105.9* en Táchira y *Merideña 95.3 FM* en Mérida.

En oriente, el binomio urbano Barcelona-Puerto La Cruz es donde se concentra la mayor parte de la actividad radial de la zona. *Unión Radio* como red de emisoras mantiene una representación para sus emisoras *Éxitos 95.3 FM*, *Onda 97.3 FM*, *La Mega 100.3 FM*, *Deportes 870 AM* y *Actualidad 640 AM*, que llegan a los estados Sucre, Monagas Anzoátegui y parte de Nueva Esparta. En Puerto La Cruz, *Ultra Stereo 104.9 FM* y *Plaza 92.7 FM*, son un par de estaciones con más de veinte años en el aire. La primera forma parte del circuito *Rumba*, transmitiendo ritmos latinos; la segunda más enfocada en el tono romántico e íntimo. En Nueva Esparta destaca *Súper Stereo 98.1 FM* orientada al público adulto contemporáneo, con una

señal que alcanza Nueva Esparta, Sucre, Anzoátegui, norte de Monagas e Islas del Caribe, y algunas áreas de Miranda y el Distrito Capital. En 2010 continuó en funciones *News 103.5 FM*, pertenecientes al grupo RG, dueños también del periódico *Nueva Prensa de Oriente*, uno de los más leídos de Puerto La Cruz. Completan el cuadro de emisoras orientales: *Solar 101.5 FM*, *Yes 103.5 FM*, *Caribe 102.7 FM*, *Lasser 97.7 FM* y *Marina 103.7 FM*.

La región guayanesa se caracteriza por amplias distancias donde el potencial de transmisión de las emisoras es clave. En la actualidad sigue siendo una referencia en la zona el circuito *Rumba*, que tiene su casa matriz en Guayana *98.1 FM*, en Puerto Ordaz y llega a gran parte del estado Bolívar, sur de Monagas y Delta Amacuro. *Rumba* está integrada adicionalmente por Barquisimeto *100.1 FM*, Maturín *98.9 FM*, Margarita *104.3 FM*, Puerto La Cruz *104.9 FM* y en Caracas, *Planeta 105 FM*. El *Grupo Unión Radio* también tiene sus señales asociadas en el Sur, con *Onda 103.5 FM* y *Angostura Radio Noticias 1.110 AM*. Otra opción importante es el *Circuito Norte-Sur* formado por varias emisoras locales con diferentes estilos: *Pentagrama 107.3 FM* y *Radio Sur 700 AM* en Ciudad Guayana, *Alegre 101.5* en Puerto Ordaz, *Candela 101.7 FM* en Ciudad Bolívar. Otras señales son *Turística 92.7 FM* en Puerto Ordaz y *Turística 92.5 FM* en Guasipati.

3. Prensa

En formato estándar o tabloide existen en el país unas cien publicaciones periódicas dentro del rubro prensa: 95 diarias y cinco de frecuencia semanal. El periódico de mayor circulación certificada es el *Últimas Noticias*, del grupo empresarial Capriles, con un promedio de circulación cercano a los 200 mil ejemplares. Según el informe TGI Venezuela, Waves I y II, 2009, de lunes a sábado 56,5% de la población es lectora habitual de periódicos, donde 58,1% de los hombres y 56% de las mujeres lee periódico. Igualmente dentro de los estratos socioeconómicos, 76,7% de los estratos A y B leen periódico, el C 59,1%, el D 59,6% y el E 53,28%.

Cabe destacar que en el mismo informe el porcentaje de población que lee prensa descendiendo ligeramente los domingos a 47,17% al igual que otras variables como que 46% de los lectores de periódicos dedica entre treinta minutos y una hora a la prensa, 30% menos de treinta mi-



nutos y 9% más de una hora. Cabe destacar que 46% tiende a leer dos o más publicaciones. Aún cuando la prensa sigue siendo el segundo medio en inversión publicitaria, ha venido perdiendo participación y, por ende, tiene menos inversión en los últimos años. Para 2009, las diez categorías en que más se invirtió en publicidad fueron:

1. Medios de comunicación.
2. Entidades económicas.
3. Diversiones y espectáculos.
4. Gobierno bolivariano.
5. Telecomunicaciones.
6. Cultura y educación.
7. Bienes inmuebles.
8. Bebidas.
9. Vehículos y artículos.
10. Artículos del hogar.

Los diarios de provincia suelen tener tarifas más bajas que llegan a veces hasta 50% en contraste a los periódicos principales de circulación nacional. Para efectos de calcular la inversión total, la tarifa de los 52 diarios de provincia no reportados, se estima un 50% del de los diarios de provincias reportados. Según esto, la inversión en prensa sería la siguiente para el 2009:

1. Periódicos principales y otros periódicos nacionales (once diarios): Bs.F 800 millones 731 mil 671.
2. Periódicos de provincia y semanarios (89 títulos): Bs.F 880 millones 327 mil 193.
3. Total inversión en prensa: Bs.F 1.681.058.864.

Tomando en cuenta la prensa regional y omitiendo los grandes medios a nivel nacional, comenzamos nuestro periplo con la región central del país con sus principales periódicos en la región de Aragua y Carabobo. El diario *El Siglo*, con un tiraje de 75 mil ejemplares de lunes a sábado y 100 mil los domingos distribuidos en la región central, Caracas y otros puntos del país (especialmente en Guárico). En Aragua tenemos *El Periodiquito* cuyas áreas de distribución son Caracas, Carabobo, Guárico y Apure, con un tiraje 45 mil ejemplares. *El Carabobeño* cuya sede está en el estado Carabobo, tiene un tiraje promedio de 65 mil ejemplares que alcanzan toda la región central y la ciudad de Caracas. *Notitarde*, segundo periódico de circulación nacional, tiene presencia en Carabobo, Cojedes, Falcón, Aragua, Miranda, Distrito Capital y Yaracuy, con 84 mil 866 ejemplares.

En la región centro-occidental destacan

Los llanos, en contraste con otras regiones del país, si bien cuentan con una gran variedad de periódicos, la cantidad limitada de anunciantes hace que el alcance de éstos sea bastante reducida en comparación a sus pares de otras regiones.

los siguientes medios impresos: *El Impulso*, con más de 106 años de existencia, sigue liderando la circulación en la región con 39 mil ejemplares de venta neta todos los días de semana y más de 68 mil los domingos. Le sigue *El Informador*, que ha logrado cierto liderazgo en la región centro-occidental (Lara, Portuguesa, Barinas y Yaracuy) y que para el año 2010 arrojaba las siguientes cifras: 54 mil ejemplares de ventas de lunes a viernes y 65 mil los fines de semana. El incremento promedio de poco más de 33 mil ejemplares diarios en 2009 a casi 37 mil en 2010, ha evidenciado el crecimiento de *La Prensa Diario de Lara* que hoy se distribuye en 95% de todo el estado Lara, cuya lectura se dirige a los estratos C, D y E de la sociedad larense. Igualmente, en el estado Falcón el *Diario de la Mañana* sigue fortaleciendo su lectoría, incrementando su circulación y sus puntos de venta, hasta llegar a 34 mil ejemplares diarios y la incorporación de una nueva rotativa en el año 2009.

En la región zuliana, donde las zonas principales de lectoría son Maracaibo, San Francisco y la Costa Oriental del Lago, lideran los siguientes elementos de prensa regional: *Panorama*, diario líder de la región zuliana que en Maracaibo, en particular, tiene un tiraje de 110 mil ejemplares de lunes a sábado y de 130 mil los domingos, con una distribución que abarca los estados Zulia, Táchira, Mérida, Trujillo, Lara, Falcón, Barinas, Portuguesa, Cojedes, Yaracuy, Carabobo, Aragua, Miranda y Distrito Capital. *El Regional* del Zulia, con treinta años cumplidos es el único periódico que se edita en la costa Oriental del Lago de Maracaibo, con una circulación promedio de 64 mil

ejemplares diarios, siendo el segundo diario impreso de la región, con una importante presencia en los estados Falcón, Lara y Trujillo. *La Verdad*, otro de los impresos del estado Zulia, tiene una circulación promedio de 45 mil ejemplares de lunes a sábado y los domingos supera los 60 mil periódicos vendidos. *Mi Diario*, otro diario zuliano de relevancia, que sin cifras oficiales de tiraje, se mantiene con una fuerte presencia en la entidad por medio de suplementos dirigidos a las distintas audiencias del conglomerado poblacional zuliano. Por último, *Versión Final* que con apenas dos años en el mercado, se ha hecho de una posición respetable de la torta de mercado de medios locales: una circulación diaria de 50 mil ejemplares.

En la región andina, Mérida, Táchira y Trujillo son el epicentro de una población activa que exige mantenerse informada y en constante demanda de más y mejores medios. Entre los mismos destacan el diario *El Tiempo*, con 53 años de existencia y situado en la ciudad de Valera, con un tiraje de 40 mil ejemplares y con una distribución que cubre todo el estado Trujillo y parte de los estados Zulia, Mérida, Lara y Portuguesa. En la misma onda, *Diario Frontera*, con 32 años de existencia, se distribuye en Mérida, el Sur del Lago de Maracaibo, la Panamericana y Caracas, con un tiraje en constante crecimiento. Con casi dos décadas de trayectoria, el *Diario de los Andes* diferencia sus productos según sus públicos a través de cuatro ediciones zonificadas: Trujillo, Táchira, Mérida y el Vigía-Panamericana, lo que les ha permitido alcanzar los mil 250 puntos de venta. *Pico Bolívar* es un diario en formato tabloide que en apenas siete años de circulación ha logrado cierta figuración en el estado Mérida, conquistando 60% del mercado merideño, con 50% de recordación de la marca, imprimiéndose 35 mil ejemplares diarios que se distribuyen en los 25 municipios del estado, así como en sectores fronterizos de Zulia, Táchira y Trujillo, donde el periódico cuenta con corresponsalías.

Los llanos, en contraste con otras regiones del país, si bien cuentan con una gran variedad de periódicos, la cantidad limitada de anunciantes hace que el alcance de éstos sea bastante reducida en comparación a sus pares de otras regiones. La pléyade de periódicos regionales tiene entre sus filas al diario *De Frente* y al *Diario de los Llanos*, este último fundado en el año 2000 se consigue en Barinas y en algunas zonas de Apure y Táchira. Otro impreso

de significación es *La Antena* que desde hace 17 años se publica en San Juan de los Morros y es considerado el primer diario de la región, atendiendo a Guárico, Apure y Aragua. En el mismo Guárico destacan *El Nacionalista*, la *Prensa del Llano* y el *Diario de Guárico*, mientras que en Cojedes, el más antiguo de la entidad *Las Noticias de Cojedes* y *La Opinión* son los diarios líderes del estado. Desde 2003, el grupo que posee *La Antena* también edita *Visión Apureña*, publicación dedicada exclusivamente a los lectores de ese estado, aunque el diario *ABC de Apure* es el más antiguo, con 17 años de existencia. En Apure se leen también el *Sol de Apure*, *Pregón regional* y *El Republicano*. En otra zona, en Portuguesa, se anota *Última Hora* con 33 años de vida orientados a los lectores de los estratos medios y altos de la región, así como el *Periódico de Occidente* que circula en todo el estado y en partes de Barinas, Lara y Trujillo. Otros periódicos de la región de Acarigua son *El Regional de Acarigua*, *De Frente y Canta Claro*, mientras que en Guanare se produce *El Occidente*.

En oriente los diarios compiten codo a codo por la preferencia de los lectores. Entre ellos y con 52 años de existencia, el diario *El Tiempo* mantiene su liderazgo en Anzoátegui, con una circulación de 75 mil ejemplares de lunes a sábado y los domingos de 85 mil ejemplares. Después de su relanzamiento gráfico en 2009, el *Sol de Margarita* consolida su liderazgo en la región oriental, específicamente en Margarita. Fundado en 1972, el *Sol de Maturín* es un tabloide en blanco y negro de 48 páginas en un solo cuerpo, que al cierre del 2010 ha incrementado sus ventas en 30%, en zonas no sólo del estado Monagas sino también de Delta Amacuro. Con problemas en la adquisición de materias primas, el diario *El Norte* tiene su fuente de distribución en Anzoátegui y Nueva Esparta con más de mil 200 puntos de venta en los 21 municipios de Anzoátegui y la totalidad de la región insular. *La Nueva Prensa de Oriente* ha sabido ganarse a la lectoría, sumando al grupo al tabloide *Hora Cero* el cual ha roto récord al ser líder de lectura en la zona, imprimiéndose 45 mil ejemplares diarios en su región de influencia.

El sur guayanés, por tener una serie de complejidades geográficas que separan en gran medida las poblaciones humanas que en ella habitan, requiere de nuevas estrategias para la producción y distribución de noticias impresas en la región. Cada im-



Meridiano, el periódico deportivo más antiguo del país, (...) con cuarenta años de existencia en el mercado, tiene un promedio de 192 mil ejemplares enfocados en el fanático deportivo venezolano, y 71% del tiraje diario se hace en las regiones del interior del país

cia que difícilmente llegan a tocar toda la región guayanesa. Por ejemplo, el diario *El Luchador* cumplió más de 105 años, aumentando con los años de 32 a 40 sus páginas, con un tiraje diario de 10 mil ejemplares distribuidos por el estado Bolívar y algunas ciudades de Anzoátegui, como Soledad y El Tigre, con esfuerzos por aumentar su presencia en el municipio Caroní del estado Bolívar. Desde Ciudad Bolívar, *El Expreso* es un diario que ha logrado un tiraje de 17 mil 500 ejemplares y tiene más de cuarenta años de existencia. En el estado Bolívar también circula el *Correo de Caroní* con un tiraje actual de 55 mil ejemplares, reconocido como una escuela de comunicación en la región. *La Nueva Prensa de Guayana*, rotativo que cubre los estados Bolívar y Delta Amacuro, cumplió doce años de labor, con una rotación de 50 mil ejemplares diarios, siendo muy popular en los estratos D y E, donde se concentra 79% de su lectoría.

Para finalizar este artículo, haremos un breve recuento de los principales medios impresos a nivel nacional, su tiraje y evolución en los últimos años. El primero en la lista es el diario *Últimas Noticias*, un periódico que fundamenta su éxito en la llegada que tiene entre la población de menores recursos económicos, con 70% de su circulación quedándose en Caracas y 30% que se distribuye en el resto del país, donde el tabloide goza de ediciones especiales dirigidas para los estados Vargas, las zonas aragüeñas de los Valles del Tuy y una cuarta dirigida a las poblaciones de Guarema y Guatire. Los diarios *El Mundo Economía & Negocios* y el diario *Líder* conforman el resto de la oferta, ambos saliendo en formato tabloide. La

cadena Capriles es la responsable de la salida de los tres diarios. *Últimas Noticias* coloca 145 mil ejemplares en la Gran Caracas y 30 mil en el resto del país, mientras que *El Mundo* tiene una producción diaria entre 10 mil y 12 mil ejemplares; por su parte *Líder*, especializado en deportes, tiene alrededor de 40 mil ejemplares en circulación, siendo su base la ciudad capital pero aún con buenos números en los andes y en la región central del país.

Dentro del universo de los impresos, el Bloque de Armas demuestra que pisa fuerte. Es la editora del diario *Meridiano*, el periódico deportivo más antiguo del país que sale en tres versiones: una dirigida a los andes, Zulia, Occidente y Oriente, otra que circula por el centro del país y una tercera exclusiva para la Gran Caracas. Con cuarenta años de existencia en el mercado, tiene un promedio de 192 mil ejemplares enfocados en el fanático deportivo venezolano, y 71% del tiraje diario se hace en las regiones del interior del país. El otro periódico del Bloque que circula en todo el país es el *2001*. Se imprime en formato estándar, con una circulación de 71.000 ejemplares por día.

Un actor importante de la escena mediática es *El Universal*; con más de 102 años de vida se dan todas las áreas de periodismo dentro de sus páginas. Si bien su información está dedicada a todo el país, su apuesta fuerte es en la ciudad de Caracas, teniendo un cuerpo exclusivo sobre las problemáticas que se originan en la ciudad capital. Luego de Caracas, *El Universal* tiene una alta cobertura en ciudades como Valencia, Maracay, Barcelona-Puerto La Cruz y Barquisimeto.

Para finalizar con los diarios nacionales, no podía faltar uno de los grandes de la prensa de Caracas, *El Nacional*. Con un enfoque informativo general, el matutino circula principalmente dentro de las fronteras de la ciudad capital; es allí que buena parte de sus 83 mil ejemplares de tiraje se comercializan en 4 mil 500 puntos de venta y 272 rutas de comercialización. Su núcleo de comercio se centra en la ciudad de Caracas, mientras que en la provincia se distribuye cerca de la tercera parte de lo que imprime. Valencia, Maracay, Barquisimeto, Maracaibo, Puerto La Cruz y la zona costera de Miranda son los principales puntos de llegada, aunque no descuida el resto del país.

RAFAEL QUIÑONES
Sociólogo de la Universidad Católica Andrés Bello. Magíster en Políticas Públicas

de la Universidad Simón Bolívar(USB).
Analista de opinión pública de la empresa Hinterlaces.

Referencias

- Comisión Nacional de Telecomunicaciones (2010): “Situación actual de los servicios de radiodifusión sonora, TV abierta y difusión por suscripción”. Gobierno Bolivariano de Venezuela, Ministerio del Poder Popular para las Obras Públicas y Vivienda.
- Comité Certificador de Medios Anda Fevap (2010): “Inversión Publicitaria en Venezuela 2009”. Anda Fevap, Comité Certificador de Medios.
- Revista *Producto* (2011): “Con nuevos bríos”. En: revista *Producto*. Venezuela: Grupo Producto C.A, Edición 326, Febrero, pp. 48-56.
- (2011): “Centrados en sus audiencias”. En: revista *Producto*. Venezuela: Grupo Producto C.A, Edición 326, Febrero, pp. 58-62.
- (2011): “Con orgullo zuliano”. En: revista *Producto*. Venezuela: Grupo Producto C.A, Edición 326, Febrero, pp. 64-67.
- (2011): “La fuerza de los Andes”. En: revista *Producto*. Venezuela: Grupo Producto C.A, Edición 326, Febrero, pp. 70-74.
- (2011): “Los llanos de hoy y siempre”. En: revista *Producto*. Venezuela: Grupo Producto C.A, Edición 326, Febrero, pp. 76-77.
- (2011): “Oriente competitivo”. En: revista *Producto*. Venezuela: Grupo Producto C.A, Edición 326, Febrero, pp. 78-82.
- (2011): “Unidos para reforzar el Sur”. En: revista *Producto*. Venezuela: Grupo Producto C.A, Edición 326, Febrero, pp. 84-88.
- (2011): “Papeles de largo alcance”. En: revista *Producto*. Venezuela: Grupo Producto C.A, Edición 326, Febrero, pp. 90-94.



Galería de Papel. Augusto Marcano. *Bodegones urbanos: Colonia de Sacramento, Uruguay*. Serie *Dispara sin pólvora*.