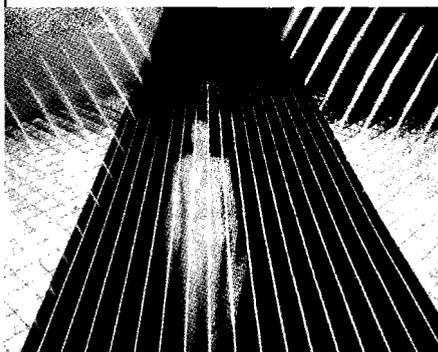


**COMUNICACION, GUERRA Y PROPAGANDA****12**

Para qué tantos medios de comunicación, tanta alta tecnología, si en tiempos de guerra no se puede decir la verdad. En el Golfo ganó la madre de todas las censuras.

*Francisco Prieto, Miguel Rivero, Luis Eladio Proaño, Michael Morgan, Justin Lewis, Sut Jhally, Kirby Urner, Saheila Amiri, Juan Fonseca, Ana Lucía Bravo, José Sandoval, Mark Jendrysik, Norman Solomon, Bradley Breenberg, Ed Cohen, Hairong Li, José Steinsleger, Peace Net.*

**LA PRENSA EN AMERICA LATINA****68**

Existen cerca de 7.500 medios de comunicación colectiva en toda la región. Son muchos-muchos. La mayoría entretienen e informan.

*Jair Borin, Ana López, Gloria Dávila, Fernando Checa, Zuly Meneses, Mauricio Estrella, Miguel Trespidi, Edgardo Carniglia.*

**CAPACITACION DE PERIODISTAS**

Entrevista a Charles Green, Director de PROCEPER, *Juan Braun* ..... **60**

**EL DIRECTO**

Entrevista a Paul Virilio, Comunicador, *Ana Lucía Bravo* ..... **65**

<b>ORGANIZACIONES DE COMUNICACION</b> .....	<b>2</b>	<b>ACTIVIDADES DE CIESPAL</b> .....	<b>6</b>
<b>EUROPA</b> .....	<b>4</b>	<b>NUEVAS TECNOLOGIAS</b> .....	<b>10</b>
<b>AFRICA</b> .....	<b>5</b>	<b>LIBROS</b> .....	<b>99</b>

Los artículos firmados no expresan necesariamente la opinión de CIESPAL o de la redacción de CHASQUI.

**Carta del editor**

**L**a Guerra y la Paz. Muchos seres humanos son violentos, agresivos. Cada tanto, un líder de alguno de los cuatro mundos decide por la guerra. La muerte. Rompe el deseo de la mayoría de vivir en Paz. Se justifica sobre la base de "razones de seguridad nacional". Y difunde a los cuatro vientos a través de elaborados esquemas de propaganda que "su nación tiene la verdad".

Y el pueblo, su pueblo le cree ¿Cómo no le va a creer? Al pueblo se le presenta una sola cara de la verdad. Y las dos caras de la mentira. Muchos medios de comunicación, sus dueños, periodistas, se transforman en tiempos de guerra, en parte substancial del aparato de propaganda de

ese líder, de ese Estado. Y reina la censura, la auto-censura y la recontra-censura. Y la verdad muere.

¿Qué hacer? Simple. Recordar que también nos debemos al pueblo. E informar la verdad, toda la verdad y nada más que la verdad.

Medios. Día a día, poderosos medios de comunicación nos bombardean con miles de mensajes de entretenimiento y de los otros. Así lo prueban las investigaciones realizadas por CIESPAL.

No hay escape para el escape.

Juan Braun

**DIRECTOR:** Asdrúbal de la Torre. **EDITOR:** Juan Braun. **DIRECTOR DE PUBLICACIONES:** Nelson Dávila. **ASISTENTE DE EDICION:** Wilman Sánchez. **COMITE EDITORIAL EJECUTIVO:** Jorge Mantilla, Peter Schenkel, Edgar Jaramillo, Fausto Jaramillo, Gloria Dávila, Lucía Lemos, Jorge Merino, Francisco Ordóñez. **CONSEJO ASESOR INTERNACIONAL:** Luis Beltrán (Bolivia); Reinhard Keune (Alemania); Humberto López (Colombia); Francisco Prieto (México); Máximo Simpson (Argentina); Luis Rivera (Puerto Rico). **CONSEJO DE ADMINISTRACION DE CIESPAL:** Presidente, Tiberio Jurado, Universidad Central del Ecuador; miembros

regulares: Marco Encalada, UNP; Fernando Chamorro, UNESCO; Rubén Astudillo, Min. Relaciones Exteriores; Rodrigo Rangel, Min. Educación; Edgar Yáñez, AER; Alba Chávez de Alvarado, Universidad Estatal de Guayaquil. **COMPOSICION:** Martha Rodríguez. **DISEÑO:** Fernando Rivadeneira. **PORTADA:** Eduardo Kingman, Jaime Pozo. **IMPRESO:** Editorial QUIPUS. Servicios Especiales de IPS, OIP, IJI. Chasqui es una publicación de CIESPAL que se edita con la colaboración de la Fundación Friedrich Ebert de Alemania. Apartado 17-01-584. Quito-Ecuador. Teléfono: 544-624. Telex: 22474 CIESPL ED. FAX (593-2) 502-487.

Ana López

# Panorama general de la Prensa

Brasil y México poseen más de la mitad de la infraestructura de comunicación de la región. En 19 países circulan 25 millones de periódicos por día. Existen 57 millones de aparatos receptores de TV y 132 millones de radio-receptores. El 85 por ciento de todos los medios son de propiedad privada. Son muchos-muchos.

**E**n América Latina y el Caribe funcionan 7 mil 372 medios de comunicación masiva, distribuidos de la siguiente manera: 1.007 periódicos de circulación diaria, 5.876 emisoras de radio y 489 estaciones matrices de televisión (sin contar las repetidoras), para una población de alrededor de 405 millones de habitantes. Estas cifras son el resultado de la investigación realizada en 1989 - 1990 por el Departamento de Investigación de CIESPAL, con el auspicio de la Fundación de Asistencia en Comunicación -CAF- del Gobierno del Reino de los Países Bajos.

La investigación se propuso realizar un inventario latinoamericano de los

Ana López, ecuatoriana. Antropóloga e Investigadora de la comunicación social de CIESPAL.

tres medios (diarios, radioemisoras y estaciones de televisión), en 17 países de América Latina y dos del área caribeña - Cuba y República Dominicana.

Para realizar un estudio comparativo se dividió a este universo en cinco subregiones geográficas:

**1. CENTROAMERICA Y EL CARIBE:** Costa Rica, Nicaragua, Cuba, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua, Panamá y República Dominicana;

**2. AREA ANDINA:** Bolivia, Colombia, Ecuador, Perú y Venezuela;

**3. CONO SUR:** Chile, Paraguay y Uruguay;

**4. y 5. BRASIL Y MEXICO:** Considerados como subregiones por su mayor extensión territorial y número de habitantes.

## CONCENTRACION DE MEDIOS

Brasil y México, poseen más de la mitad de los diarios (56 por ciento) y de las estaciones de televisión (51 por ciento) de América Latina y el Caribe; mientras los países del Area Andina reúnen el mayor número de radioemisoras, 1.815, equivalente al 32 por ciento. En los cinco países andinos se publican el 20 por ciento de los diarios latinoamericanos y se encuentran el 28 por ciento de las estaciones de televisión; mientras que en el Cono Sur se registra el 19 por ciento y 16 por ciento, respectivamente, de los citados medios.

La subregión centroamericana con sus ocho países, concentra el más bajo índice en cuanto a diarios (5 por ciento) y estaciones de televisión (10 por ciento); sin embargo, posee 1.025 radioemisoras, un porcentaje similar al que tienen instaladas los países del Cono Sur y México (15 por ciento). **Gráfico 1.**

Gráfico 1. Concentración de los Medios en América Latina y el Caribe

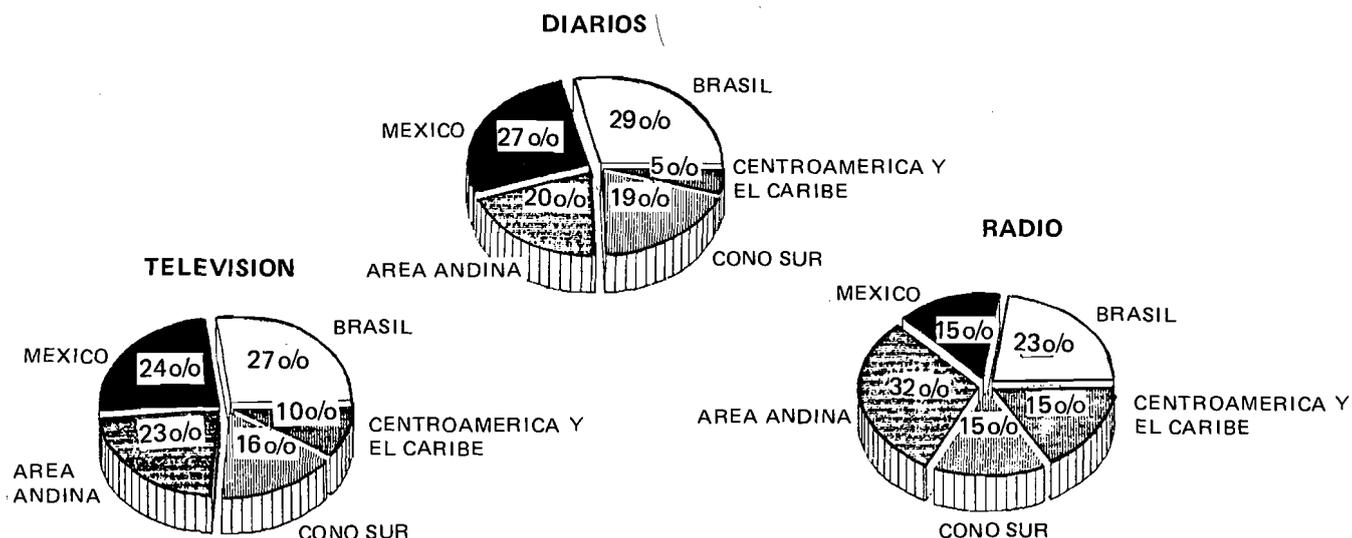


Tabla No. 1.— Distribución de medios en América Latina y el Caribe

País	No. Habit. (1) (en miles)	No. Diarios (2)	Total ejemplares en circulación (en miles)	Ejemplares (2) x mil habitantes	No. Radioemisoras	Total (3) Recept. (en miles)	Recep. x mil (3)	No. Estac. (2) de TV.	Total (3) Recep. (en miles)	Recep. x mil (3)
Costa Rica	2'791	4	290	104	94	700	263	6	210	79
Cuba	10'098	19	1'520	151	56	3'400	335	9	2'050	202
El Salvador	4'934	5	250	52	79	1'050	164	6	400	70
Guatemala	8'434	3	131	16	147	2'000	349	6	300	37
Honduras	4'679	4	156	33	265	5'000	61	9	300	67
Nicaragua	3'501	3	296	85	69	1'700	377	2	200	59
Panamá	2'274	5	92	40	109	870	257	5	360	161
Rep. Dominicana	6'716	9	305	45	206	410	184	8	515	81
<b>Total Centr. y el Caribe</b>	<b>43'427</b>	<b>52</b>	<b>3'041</b>	<b>70</b>	<b>1,025</b>	<b>15'130</b>	<b>193</b>	<b>51</b>	<b>4'335</b>	<b>95</b>
Argentina	31'137	126	2'000	64	258	20'000	645	42	6'650	214
Chile	12'536	35	859	69	375	4'100	335	7	2'000	164
Paraguay	3'922	4	135	34	66	624	366	2	88	23
Uruguay	3'057	27	48	16	162	1'800	592	27	520	71
<b>Total Cono Sur</b>	<b>50'652</b>	<b>192</b>	<b>3'042</b>	<b>60</b>	<b>861</b>	<b>26'524</b>	<b>524</b>	<b>78</b>	<b>9'258</b>	<b>183</b>
Bolivia	6'730	12	82	12	228	3'850	587	61	500	76
Colombia	29'942	29	1'237	41	523	4'500	153	7	3'000	102
Ecuador	9'923	36	546	55	355	2'850	295	13	700	73
Perú	20'727	44	884	43	547	5'000	247	11	1'701	84
Venezuela	18'272	75	2'164	119	163	7'550	425	11	2'500	141
<b>Total Area Andina</b>	<b>85'594</b>	<b>196</b>	<b>4'915</b>	<b>57</b>	<b>1,815</b>	<b>23'750</b>	<b>357</b>	<b>103</b>	<b>8'401</b>	<b>98</b>
Brasil	141'944	295	4'178	29	1,333	50'540	357	137	26'000	184
México	83'039	272	9'785	118	841	16'000	193	120	9'490	14
<b>Total A. Latina</b>	<b>404'164</b>	<b>1007</b>	<b>24'963</b>	<b>62</b>	<b>5,876</b>	<b>131'944</b>	<b>326</b>	<b>489</b>	<b>57'489</b>	<b>142</b>

FUENTES:

(1) Progreso Económico y Social de América Latina. Informe BID, 1989

(2) Inventario de Medios CIESPAL —CAF 1989 / 90.

(3) Informe sobre la Comunicación en el Mundo. UNESCO 1990 (Datos a 1986)

\* Almanaque Mundial 1989

Elaboración: Ana López

**PRENSA ESCRITA**

La circulación diaria total de los 1,007 diarios llega a 25 millones de ejemplares en los 19 países investigados, lo que da un índice promedial de **62 ejemplares por cada mil habitantes**, cifra muy inferior a la que poseen países desarrollados como Japón que alcanza 562 ejemplares por mil, Alemania Federal, 550; Reino Unido 414 y Estados Unidos 268.

En cuatro países latinoamericanos, la producción de la prensa diaria supera en mucho el índice promedio: Cuba, Venezuela, México y Costa Rica por ejemplo, llegando a publicar 151, 119, 118, 105 y 104 ejemplares diarios por cada mil habitantes, respectivamente. Mientras Guatemala, Uruguay y Bolivia tiene las cifras más bajas, 16 ejemplares por mil

en los dos primeros y apenas 12 en la nación boliviana.

Brasil es un caso de excepción entre los 19 países analizados, porque a pesar de concentrar el mayor número de diarios de América Latina y el Caribe, solo tiene en circulación 29 ejemplares por cada mil habitantes, dado que el 87 por ciento de los 295 periódicos diarios del país, son de circulación local y de tirajes inferiores a los 10 mil ejemplares diarios.

Tabla 1.

**TELEVISION**

De acuerdo al informe sobre la Comunicación en el Mundo de la UNESCO<sup>1</sup>, los 19 países investigados por CIESPAL alcanzan una cifra de 57 millones 484 mil aparatos receptores de televisión, que para el conjunto de la

población latinoamericana da un promedio de 142 aparatos receptores por cada mil habitantes; este índice es inferior al que registran países como Estados Unidos, 813 receptores por mil; Canadá 546; Reino Unido 534; Unión Soviética 321 y Japón 585.

Sin embargo, en algunos países latinoamericanos, la posesión de aparatos receptores sobrepasa en mucho el nivel promedial. Por ejemplo, Cuba y Panamá tienen los más altos índices, 202 y 161 receptores de televisión por mil, mientras Guatemala llega a la escasa cifra de 37 y Nicaragua a 59 receptores por mil.

En los países del Cono Sur, Argentina va a la vanguardia en América Latina con 214 aparatos receptores por cada mil habitantes, Uruguay y Chile superan también el promedio, con 171 y 164

receptores por mil. Mientras que Paraguay es el de menor desarrollo del medio televisivo, con 23 aparatos por mil habitantes y solo dos estaciones de televisión.

En el Area Andina, solo Venezuela está cercana al nivel promedial, con 141 aparatos por mil habitantes, mientras Colombia se sitúa muy por debajo de él con 102.

Brasil y México, presentan una diferencia notable, pues el primero sobrepasa el promedio latinoamericano con 184 receptores por mil habitantes, mientras México alcanza 114, índice inferior al nivel promedial. **Tabla 1.**

**RADIO**

En cuanto a receptores de radio, según el Informe de la UNESCO, se contabilizan 131 millones 944 mil en los países latinoamericanos analizados, lo que da un índice promedio de 326 aparatos cada mil habitantes, cifra muy inferior a la que ostentan países como Estados Unidos, 2.126 receptores por cada mil, Canadá 877, Alemania Federal 955; Reino Unido, 1157 y Japón 834.

En los países investigados, el panorama de la radio se presenta algo diferente al de la televisión, puesto que la mitad de ellos superan el promedio latinoamericano de receptores por mil habitantes.

Así, en la subregión centroamericana y el Caribe existen tres países que van más allá del nivel promedial. Cuba con 335, El Salvador con 349 y Honduras con 377 receptores por cada mil habitantes. Mientras Guatemala no alcanza sino a 61 receptores por mil, constituyendo el país de menor desarrollo en este medio electrónico de toda la región.

El Cono Sur, constituye la subregión donde el medio radiofónico alcanza los más altos índices de receptores por mil habitantes, siendo Argentina con 645 y Uruguay con 592, los países que van a la vanguardia no solo entre los cuatro países del Area, sino entre los 19 analizados.

**PROPIEDAD / CARACTER DE LOS MEDIOS**

Desde el punto de vista estructural coexisten varios regímenes de explotación de los medios de comunicación en América Latina: Privados, estatales, universitarios, eclesiales, etc. Es muy amplia la injerencia de la empresa privada en su manejo, en un porcentaje que totaliza el 85 por ciento; esto es mayormente significativo en los diarios (93 por ciento) y radioemisoras (84 por ciento), aun cuando también la televisión presenta un alto porcentaje (66 por ciento). **Gráfico 2.**

**A** diferencia de la prensa y las estaciones de televisión, cuyos propietarios son accionistas o empresarios que han instalado estos medios como parte de sus inversiones, la mayor parte de radioemisoras pertenecen a grupos familiares o a una sola persona, aunque varias forman parte de las mismas empresas propietarias de diarios y televisoras que, por lo general, conforman los grupos de poder económico de cada uno de los países.

**Diarios Privados.**— Los medios del sector privado tienen como principal objetivo el obtener ganancias con la venta de espacios publicitarios. El criterio comercial se manifiesta sobre todo en los diarios privados de información general, en las radioemisoras (79 por ciento) y en las estaciones de televisión (69 por ciento), frente a un escaso 6 por ciento de emisoras y 10 por ciento de televisoras con carácter educativo-cultural.

Brasil y México poseen el mayor número de **diarios privados**, 286 y 261 (31 por ciento y 28 por ciento respectivamente).

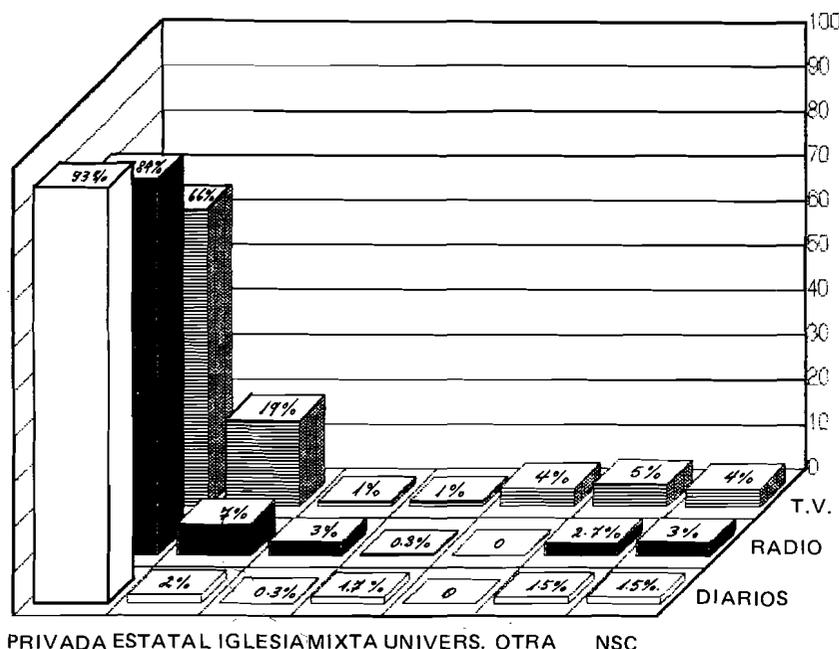
**Televisoras Privadas.**— El 38.4 por ciento de 323 televisoras privadas de América Latina y el Caribe pertenece a Brasil. México, el Area Andina y el Cono Sur tienen el 18, 17 y 16 por ciento, respectivamente. En Centroamérica y El Caribe funcionan solo el 10 por ciento.

**Radios Privadas.**— En lo referente a las radioemisoras privadas, el Area Andina está en primer lugar; los cinco países han instalado 1.519 emisoras (31 por ciento); les sigue Brasil con la cuarta parte; y en México, el Cono Sur, Centroamérica y el Caribe funcionan el 16, 15 y 14 por ciento de un total de 4.960 emisoras privadas.

**Medios Estatales.**— El Estado tiene una escasa participación en los medios de comunicación de la región; con apenas el 7 por ciento de un total de 7.372 contabilizados, descifrados así: 2 por ciento de los 1.007 diarios; el 7 por ciento de las 5.876 radioemisoras y el 9 por ciento de las 489 estaciones de televisión.

**Diarios.**— Los diarios estatales de información general responden a intereses políticos y en su gran mayoría se en-

**Gráfico 2. Propiedad de los Medios en América Latina y el Caribe**



NSC: No sabe, No contesta

cuentran en Centroamérica y el Caribe, siendo Cuba, por su régimen socialista, el país que tiene 19 de los 23 diarios estatales latinoamericanos. Los cinco restantes se publican en Perú y Venezuela, dos respectivamente y uno en México.

**Radioemisoras.**— Las radioemisoras estatales, tienen su mayor representatividad en el Cono Sur (32 por ciento), especialmente en Argentina donde existen 76 de un total subregional de 127 y en Centroamérica y el Caribe, donde los principales exponentes son Cuba con 56 radios y Nicaragua con 31 de las 117 emisoras estatales de la subregión. El Area Andina tiene una relativa representatividad (17 por ciento); México cuenta con el 13 por ciento y Brasil detenta sólo el 8 por ciento de las 390 emisoras latinoamericanas que pertenecen al Estado.

**Televisoras.**— En cuanto a las estaciones estatales de televisión, México ocupa el primer lugar con el 45 por ciento; mientras Brasil posee el 8 por ciento. En segundo lugar está el Cono Sur con el 18 por ciento, seguido por Centroamérica y el Caribe con el 16 por ciento. En poder de las instituciones públicas del Area Andina está únicamente el 13 por ciento de las estaciones televisivas. En principio, se cree que el Estado maneja la televisión con criterio educativo-cultural; sin embargo, de 95 estaciones públicas, el 32 por ciento tiene este carácter, mientras el 48 por ciento son comerciales; las restantes cumplen otros fines (políticos, gremiales, etc.). Un caso particular lo constituye Colombia, cuyos siete canales son administrados por la empresa estatal **INRAVISION** que arrienda los espacios a programadoras particulares que explotan el medio con carácter comercial.

**Medios Eclesiales.**— La Iglesia latinoamericana cuenta con un total de 154 unidades de comunicación: 3 diarios, 5 estaciones matrices de televisión y 145 radioemisoras, lo que representa el 2 por ciento del total de medios inventariados. Sin embargo, es interesante observar que estos medios se concentran en los países andinos.

**Diarios.**— Los tres diarios de la Iglesia se publican en Venezuela y Bolivia. Estos son: **La Religión**, de Caracas, de circulación nacional y el más antiguo periódico venezolano fundado en 1890; **Diario Ca-**

**tólico** que circula en el Estado Táchira desde 1924 y **Presencia**, el principal diario boliviano con un tiraje estimado de 18 mil ejemplares diarios, uno de los más altos del país.

**Radioemisoras.**— En relación a las radioemisoras de la Iglesia (sea esta Católica, Evangélica, Bahai, etc.), cabe destacar que el 48 por ciento se han instalado con fines educativos y culturales; las restantes son comerciales o tienen objetivos de otra índole.

**M**ás de la mitad de emisoras de la Iglesia se hallan en el Area Andina, siendo Bolivia y Ecuador, los países más representativos con 37 y 27 radios, respectivamente. Dieciséis de las radioemisoras de la Iglesia Católica boliviana pertenecen a la red de Escuelas Radiofónicas de Bolivia —ERBOL— que cumple tareas de comunicación, educación y organización comunitaria.

Estas emisoras transmiten programas en castellano, quechua y aymara e inclusive guaraní.

Las 5 estaciones de televisión eclesiales, que representan el 4 por ciento del total latinoamericano, están instaladas en el Area Andina y pertenecen a Venezuela (3), Ecuador (1) y Bolivia (1). Tres de las televisoras eclesiales son educativo-culturales y dos funcionan comercialmente.

**Medios Universitarios.**— Las universida-

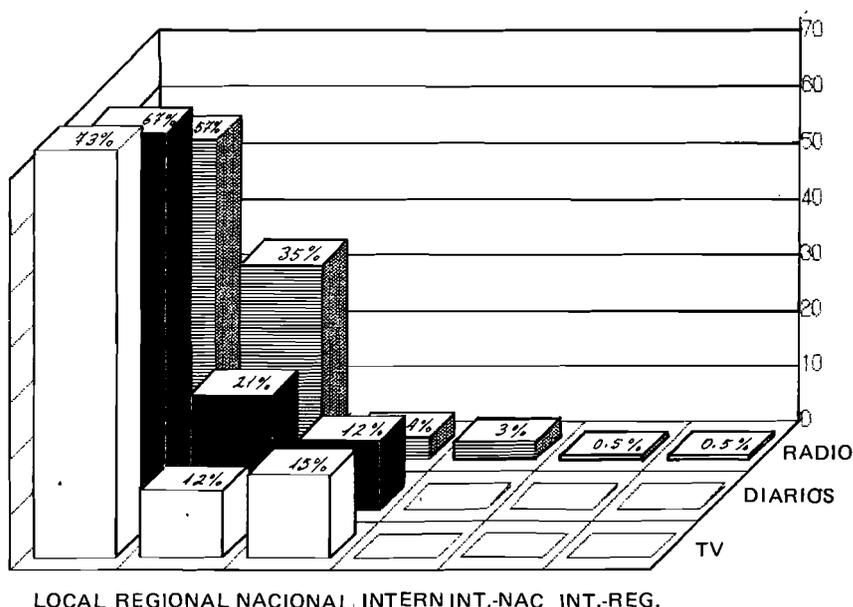
des latinoamericanas solo tienen representación en el medio televisivo, sumando un total de 17 estaciones (3 por ciento del total latinoamericano). Bolivia y Chile son los países donde se han instalado el mayor número, 7 y 6 respectivamente, destacándose que en Bolivia, todas tienen carácter educativo-cultural, mientras que en Chile, aunque se crearon con este fin, hoy funcionan comercialmente, debido a dificultades de financiamiento. Cabe señalar que los canales chilenos, a excepción de uno que es del Estado, son de propiedad de las universidades, caso muy particular en América Latina y el Caribe.

**Otro Tipo de Propiedad.**— Entre los propietarios de medios figuran también otras instituciones que desarrollan proyectos alternativos de comunicación para grupos específicos. Entre ellas, existe el 1 por ciento de diarios, 5 por ciento de estaciones de televisión, la mayor parte localizadas en México (19). Asimismo, hay la participación de empresas mixtas en la propiedad de medios de comunicación que alcanza al 0.3 por ciento, tanto en diarios como en radioemisoras, aunque no poseen estaciones de televisión.

#### COBERTURA DE LOS MEDIOS

El área de cobertura de los tres medios estudiados es local, así lo demuestra el 67 por ciento de los 1.007 diarios, el 73 por ciento de 233 estaciones de televisión y el 57 por ciento de 4.523 radioemisoras. **Gráfico 3**

**Gráfico 3. Cobertura de los Medios en América Latina y el Caribe**



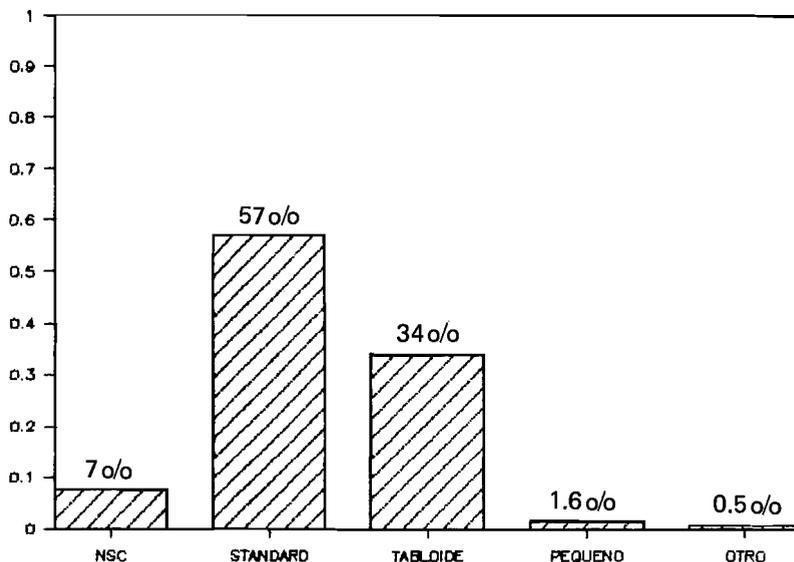
**DIARIOS**

La prensa local es más representativa en México y Brasil, que contabilizan el 39 por ciento y 38 por ciento de un total de 662 diarios locales; en cambio, más de la mitad de los 200 diarios de cobertura regional se publican en los países del Area Andina (54 por ciento) principalmente en Venezuela, Colombia y Bolivia; y la cuarta parte en los del Cono Sur, siendo Argentina y Chile los países más representativos. México, Centroamérica y El Caribe, tienen una representatividad de solo el 4 por ciento y 2 por ciento, respectivamente. En esta subregión, son los diarios de circulación nacional los que tienen mayor significación, llegando al 28 por ciento, de un total de 119 diarios nacionales latinoamericanos existentes en la Región; aunque los cinco países andinos registran el mayor porcentaje de diarios de esta cobertura (35 por ciento); Venezuela y Perú son los países más representativos, con 11 y 12 diarios nacionales, respectivamente. **Tabla 2.**

**Tiraje.**— El tiraje de la prensa latinoamericana oscila entre menos de 2.500 a 700 mil ejemplares de edición diaria; sin embargo, más de la mitad de los diarios (59 por ciento), no sobrepasan los 20 mil, lo que ratifica la cobertura localista de la prensa subcontinental. Esto permite afirmar la correspondencia directa que existe entre el tiraje promedio de los diarios y su área de cobertura. Se observa así que los diarios que abarcan los territorios nacionales tienen tirajes predominantemente superiores a los 50 mil ejemplares, en tanto la mayoría de los diarios regionales tiene tirajes entre 5 mil y 50 mil ejemplares.

En Brasil, mientras tanto, la gran mayoría de diarios (77 por ciento), no sobrepasa los 10 mil ejemplares de edición diaria; de estos, la cuarta parte (71) son

**Gráfico 4. Formato de Diarios en América Latina y el Caribe**



periódicos pequeños de circulación local que tienen tirajes de menos y hasta 2 mil 500 ejemplares. No obstante, los principales diarios nacionales editados en Río de Janeiro y Sao Paulo, registran tirajes superiores a los 100 mil ejemplares. En México, la mayor parte de diarios tienen tirajes de 20 mil a 100 mil ejemplares.

En Centroamérica y el Caribe, los diarios en un 54 por ciento, oscilan entre más de 30 mil hasta 100 mil ejemplares. Diarios con tirajes mayores solo se publican en Cuba para circulación en todo el país y estos son: "Trabajadores", que imprime 127 mil, "Juventud Rebelde" 240 mil, los dos editados en tamaño tabloide y "Granma" de formato standard que alcanza la cifra de 700 mil.

**Cono Sur.**— En los países del Cono Sur, el tiraje de los diarios oscila entre menos de 2 mil 500 hasta 50 mil ejemplares, caso en el que se encuentra el

92 por ciento de 120 registrados; de estos, el mayor número corresponde a aquellos que editan hasta 5 mil ejemplares (26 por ciento). Únicamente seis diarios sobrepasan los 100 mil y entre ellos se encuentran los principales diarios chilenos: "El Mercurio", "La Tercera" y "Ultimas Noticias"; Argentina, mientras tanto, registra tirajes superiores a los 200 mil ejemplares en "La Nación" (230 mil) y "El Clarín" (530 mil) publicados en Buenos Aires.

**Aparición.**— En América Latina y el Caribe, predominan los diarios matutinos (82 por ciento), frente a un 8 por ciento de vespertinos; estos últimos tienen una presencia relevante en El Salvador, Guatemala y República Dominicana.

**Número de Páginas.**— Respecto al número de páginas, la información que se tiene es parcial; sin embargo, se advierte que un 30 por ciento de diarios imprime entre 10 y 30 páginas, en tanto que entre 30 y 100 páginas, un 18 por ciento; con más de 100 y hasta 117 páginas se publican solo dos diarios en los 19 países investigados.

**Formato.**— El formato predominante en los diarios latinoamericanos es el standard (57 por ciento) y se editan principalmente en Brasil y México. Los diarios de tamaño tabloide alcanzan el 34 por ciento y tienen predominancia en el Area Andina y en el Cono Sur; los diarios editados en tamaño pequeño llegan a menos del 2 por ciento. **Gráfico 4**

**Tabla 2. Cobertura de los Diarios por regiones en América Latina y el Caribe**

	NSC	NACIONAL	REGIONAL	LOCAL	TOTAL
C.A. Y EL CARIBE	1	33	4	14	52
CONO SUR	10	23	50	109	192
AREA ANDINA	14	41	107	34	196
BRASIL	1	6	31	257	295
MEXICO	0	16	8	248	272
TOTAL NUMERICO	26	119	200	662	1007

NSC: No sabe, no responde

**Tabla 3. COBERTURA DE LA TELEVISION POR SUBREGIONES**

	NACIONAL	REGIONAL	LOCAL	TOTAL
C. AMERICA Y EL CARIBE	23	17	8	48
CONO SUR	5	5	26	36
AREA ANDINA	14	10	62	86
BRASIL	0	5	132	137
MEXICO	5	2	5	12
TOTAL NUMERICO	47	39	233	319

**COBERTURA DE LA TELEVISION**

En lo referente a estaciones de televisión, también prevalece la cobertura local, 73 por ciento, frente al 15 por ciento de regionales y al 12 por ciento de alcance nacional, de un total de 319 analizadas. Brasil tiene la mayor representatividad con el 58 por ciento de 233 de este alcance. Las características de funcionamiento del sistema de televisión brasileño, permite que si bien las estaciones locales y regionales instaladas en los diferentes estados del país, funcionen con su propia programación, la gran mayoría se tornen en nacionales al formar parte como afiliadas de las cuatro principales redes que cubren todo el país: **Globo, Bandeirante, Manchete y SBT**, que operan con programación nacional para todo el país.

Los países del Area Andina muestran un relativo equilibrio en cuanto a cobertura: Nacional (30 por ciento) y regional (26 por ciento); y local (27 por ciento) se destaca que la televisión de Centroamérica y el Caribe tiene instaladas un mayor número de estaciones de alcance nacional y regional, 23 de un total de 47 nacionales y 17 de 39 regionales y solo un 3 por ciento de televisoras de alcance local. (México y el Cono Sur no registraron datos sobre cobertura). **Tabla 3.**

**Horas de Transmisión.**— El 45 por ciento de estaciones de televisión, de un total de 383 analizadas, permanece en el aire entre 16 y 20 horas al día; el 38 por ciento transmite entre 8 y 16; y menos de 8, el 14 por ciento. Solo 14 estaciones latinoamericanas superan las 20 horas de transmisión diaria, e incluso llegan a 24 horas.

**COBERTURA DE LA RADIO**

Pese a la proliferación de emisoras de radio en America Latina y el Caribe, se observa que su alcance es muy limitado, porque la potencia con la que funcionan tiene mucho que ver con la cobertura, aunque también existen factores geográficos que inciden en el alcance de las ondas.

De 4 mil 523, el 57 por ciento, tienen alcance local; el 35 por ciento son regionales frente a un escaso 4 por ciento de cobertura nacional. **Tabla 4.**

La mitad de las radioemisoras latinoamericanas tiene una potencia igual o menor a un kilowatio. Si a estas se añaden aquellas que tienen hasta 5 kw (21 por ciento) y de 5 a 10 kw de potencia (15 por ciento), se observa que el 87 por ciento son emisoras de bajo alcance que cubren en su mayoría áreas locales (66 por ciento) y regionales (26 por ciento). Solo el 3 por ciento de emi-

soras nacionales llegan a los 10 kilowatios; el 51 por ciento de ellas funcionan en los países centroamericanos y del Caribe.

Como caso de excepción se debe mencionar la existencia de 16 emisoras ubicadas en Brasil, México, Colombia, Venezuela, Cuba y Ecuador, instaladas con mas de 100 y hasta 500 kilowatios de potencia. En estos dos últimos países funcionan las dos emisoras más potentes: **Radio Rebelde** de la Habana que últimamente amplió su cobertura a los 500 kw y **Radio HCJB** de Quito, Ecuador que pertenece a la Iglesia Evangélica, también con 500 kw y con cobertura a nivel mundial; sus transmisiones son en onda larga, media y corta y emite programación en castellano, inglés y quechua.

Cabe mencionar también la existencia en la Región de 157 emisoras de alcance internacional que funcionan en onda corta, cuya mayor representatividad la tiene Perú con 109 (69 por ciento). También se registran 32 emisoras fronterizas de alcance internacional—regional e internacional—nacional, entre las que se puede citar a las de la Federación Shuar, situadas en la amazonía ecuatoriana.

**Horas de Transmisión.**— La tendencia de la mayoría de radioemisoras de América Latina y el Caribe es a transmitir entre 16 y 20 horas diarias.

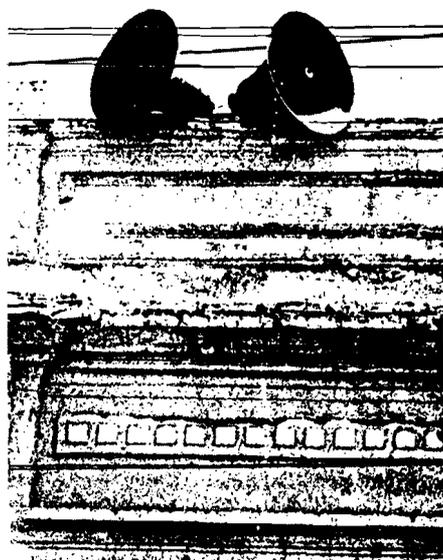
**Amplitud de Banda.**— En América Latina hay un predominio de emisoras de amplitud modulada (AM), 66 por ciento, frente a las de frecuencia modulada (FM) que llegan al 28 por ciento.

**FUNDACION DE LOS MEDIOS**

**Diarios.**— En América Latina y el Caribe, los periódicos de circulación diaria hacen su aparición en la primera mitad de

**Tabla 4. Cobertura de las Radioemisoras por Subregiones en América Latina y el Caribe**

	NACIONAL	REGIONAL	LOCAL	INTERNC.	INTER/NAC.	INTE/REG.	TOTAL
C. A. Y EL CARIBE	82	587	248	13	5	—	935
CONO SUR	12	104	458	13	5	1	593
AREA ANDINA	54	805	662	131	16	5	1,673
BRASIL	15	76	1,231	—	—	—	1,322
MEXICO	—	—	—	—	—	—	—
TOTAL NUMERICO	163	1,572	2,599	157	26	6	4,523



siglo XIX, concretamente en Perú, en que se funda el diario El Comercio, de Lima. Para 1930 son ya 160 los diarios que circulan en los 19 países.

Desde la década de los 60 hasta 1989, han aparecido 347, lo que representa un incremento de más del 200 por ciento con relación a los períodos anteriores, correspondiendo 131 al decenio 1970-1980. De este último año a 1989, hay un decrecimiento porque se fundan solo 113, fenómeno que puede responder a la aguda crisis económica de la región y al auge de los medios electrónicos.

**Radioemisoras.**— Las primeras emisiones de radio en América Latina y el Caribe, comienzan alrededor de la década de los años 20. En 1970 existían el 43 por ciento de 2 mil 586 radioemisoras analizadas; sin embargo, el período de mayor crecimiento de las radioemisoras latinoamericanas es el comprendido entre 1970-1989 en que salen al aire el 57 por ciento. La década del 80 es la que registra la mayoría de ellas, el 29 por ciento, es decir 751.

**Televisión.**— Las transmisiones regulares de televisión en la Región se inician en 1950, con la fundación del primer canal en La Habana, Cuba. A partir de allí, los otros países fueron adoptando el sistema televisivo y para 1960 son ya 29 las estaciones de la región. En la década del 70 salen al aire el 26 por ciento de las 307 estaciones analizadas. Entre 1971-1980 se crean el 23 por ciento; pero es la década de los 80 la que registra el mayor

crecimiento de este medio electrónico, con 126 (41 por ciento). El mayor número de estas corresponden al Area Andina y a Brasil.

#### CONCLUSIONES

Del análisis de los resultados del Inventario de Medios de Comunicación en América Latina y el Caribe, se establecen las siguientes conclusiones principales:

Más de la mitad de diarios y estaciones de televisión se encuentran en Brasil y México, mientras que el Area Andina reúne el mayor número de radioemisoras.

En Centroamérica y el Caribe, hay un predominio de emisoras de radio sobre los otros medios.

La empresa privada es poseedora del mayor número de medios. Sin embargo, existen excepciones dentro de los países:

- Los medios cubanos pertenecen en su totalidad al Estado.
- Las estaciones de televisión chilenas son de las universidades, a excepción de una estatal.
- Las estaciones de televisión de Colombia son del Estado, en lo que se

refiere a frecuencias e infraestructura, pero arriendan los espacios a programadoras independientes que las manejan con criterio comercial.

Los medios poseen, en su mayoría, cobertura local.

La prensa local tiene mayor representatividad en México, Brasil, la regional en el Area Andina.

La mitad de radioemisoras no sobrepasan 1 kw. de potencia. La televisión local es mayormente representativa en Brasil, Area Andina y Cono Sur; sin embargo, la televisión nacional tiene mayor significación en Centroamérica y el Caribe; y la regional en el Area Andina.

La televisión brasileña funciona mediante un sistema de enlace entre los canales locales y las principales redes del país: Globo, Bandeirantes, Manchete y STB, tornándolos en nacionales para la mayor parte de la programación.

Los medios, en su gran mayoría, son comerciales; una cantidad menor educativo-culturales.

La década del 80' es la de mayor incremento de los medios electrónicos.



# INTERCOM

## Revista Brasileira de Comunicação

Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação  
Caixa Postal 20.793 CEP 01498 — Sao Paulo, (SP) BRASIL  
Telf. 210.2122 ramal 748