

La Televisión en América Latina

Juan Manuel Matos *

Resumen

Investigación que presenta un estudio de la televisión en cinco países latinoamericanos: Bolivia, Colombia, Ecuador, Perú y Venezuela. Se analizaron 116 televisoras, además de 42 programadoras en Colombia. De cada una de las empresas televisoras se levantó una ficha técnica, una ficha de personalidad y una ficha de programación. Se anexa un directorio ordenado por países de las emisoras de televisión existentes en cada uno de ellos.

Abstract

This investigation presents a study of television in five latin american countries: Bolivia, Colombia, Ecuador, Peru and Venezuela. 116 television stations along whit 42 colombian production companies are analysed. For each stations the author gathered information regarding tencical resourses, programing and station identification. An addendum presents a directory listed by country of study of all the television stations in operation.

Résumé

Ce travail décrit la télévision dans cinq pays latinoaméricains. la Bolivie, la Colombie, l'Equateur le Pérou et le Vénézuéla. 116 chaînes de télévision sont analysées ainsi que 42 maisons de production de Colombie. Pour chaque chaine de TV, l'auteur a élaboré une fiche de personnalité, une fiche technique et une fiche de programmation. En annexe figure un répertoire organisé par pays de toutes les chaînes de TV de ceç pays.

* Licenciado en comunicación social, egresado de la Escuela de Comunicación Social, mención periodismo impreso (1992).

INTRODUCCIÓN

El mundo de las comunicaciones a través de la televisión, cobra cada día más importancia en las sociedades contemporáneas, dado que, la información y el entretenimiento, que es suministrado por medio de la pantalla chica, todos los días va conformando en el televidente una imagen del mundo y de sí mismo.

La televisión y en general los medios de comunicación, en el caso específico del bloque andino, podrían lograr que al conocernos mejor; al estar más informados de nuestras similitudes y diferencias se allanen así las barreras y los prejuicios que existen entre los países que conforman la subregión.

Para que el proceso de integración tenga éxito debe dejar de ser parte solamente de las decisiones de alto Gobierno de nuestros países, para convertirse en un componente del clima de opinión de nuestras naciones, en otras palabras, debemos conocernos mejor.

El volumen de dinero que se maneja en los negocios televisivos aumenta cada día más. Tan sólo en Venezuela se ha establecido que para 1993 la inversión publicitaria será de más de los 285 millones de dólares, por lo que se puede decir que el sector de las comunicaciones es un negocio bastante rentable y altamente lucrativo.

Si a esto sumamos lo que comentábamos antes, se podría decir que, de conseguirse que las decenas de millones de personas que conforman el bloque andino manejen los mismos códigos y signos, o que por los menos no les resulten alienantes, se habrá conseguido dar un pequeño paso en el proceso de integración cultural de la Subregión .

El papel de la comunicación dentro del proceso de integración ha quedado claro, con las medidas que ha tomado la Comunidad Económica Europea para la integración de las comunicaciones; en esos países la integración no fue sólo un elemento económico, sino también cultural, lo que se ha llevado a cabo a través de las comunicaciones.

La creación de un directorio de las empresas televisoras de la subregión, actividad que viene desarrollando CIEDESCO en los presentes momentos, será un aporte de relevancia dentro del aspecto de las comunicaciones y del ámbito de la integración de las comunicaciones dentro del bloque andino.

Los ámbitos académico, industrial televisivo, publicitario e investigativo saldrán ciertamente enriquecidos con el aporte que se generará de este proyecto, puesto que a partir de él se podrá determinar el tamaño del espectro televisivo del bloque andino, y utilizar la televisión como elemento integrador.

METODOLOGÍA

En esencia se siguió la misma metodología de la investigación que realizara CIEDESCO en el año 1991, bajo el contrato N° 548730.1 .

Se buscó ver cuáles eran los datos obtenidos en la investigación anterior que pudieran hallarse fácilmente o que dada su importancia requirieran de una nueva búsqueda.

Primeramente se efectuó una agrupación de los datos a obtener en tres fichas:

A) *Ficha Técnica*: en ella se clasificaron los datos que tenían que ver específicamente con la parte de identificación técnica de las empresas televisoras; allí se encuentran clasificadas según:

- 1) *Nombre de la televisora*: elemento básico de clasificación.
- 2) *Razón social*: con los fines de establecer la personalidad jurídica de la empresa.
- 3) *Canal(es)*: a través de los cuales transmite la emisora.
- 4) *Frecuencia*: esta información servirá para determinar cuál segmento del espectro radioeléctrico es el utilizado dentro del área geográfica objeto de estudio.
- 5) *Transmisión*: es decir, con cuánta regularidad sale al aire la señal de la emisora.
- 6) *Modalidad de transmisión*: este dato se estableció para determinar cuál es la forma de cobertura del área geográfica a la cual prestan servicio. A su vez, esto podría representar algún tipo de variación de la normativa jurídica por la cual se rige la empresa.

Por otro lado se esperaba poder establecer cuál era el horario en el cual la empresa presta servicio.

- 7) *Cobertura*: determinación de la superficie geográfica sobre la cual se transmitía la señal.
- 8) *Potencia*: servirá para determinar el tamaño de la empresa.
- 9) *Número de repetidoras*: como los puntos 7 y 8, determinó un modo de visualizar el tamaño de las empresas a la hora de clasificarlas.

B) *Ficha de Personalidad*: en ella se estableció cuál era la vinculación de la emisoras con otros medios de comunicación, sus propietarios y sus principales directivos.

- 1) *Ciudad*: desde la que emite su señal.
- 2) *Dirección de la emisora*, en algunos casos se incluyó el número telefónico o del fax.

- 3) *Perfil de propiedad*: se clasificó a las emisoras de acuerdo a si eran empresas públicas, privadas, comerciales o de servicio público.
- 4) *Capital*: otro dato que se empleó para determinar el tamaño de la empresa.
- 5) *Relación con otros medios*: bien fueran televisivos, cinematográficos, impresos, de publicidad o de producción.
- 6) *Otras vinculaciones económicas*: tanto esta información como la anterior servirían para determinar cuál es el tamaño y el poder del grupo económico al cual pertenece la televisora.
- 7) *Propietarios*.
- 8) *Presidente o Gerente General*.
- 9) *Gerente de programación*.
- 10) *Gerente de Información*.

C) *Ficha de Programación*: aquí se realizó un análisis de la programación de las emisoras a fin de determinar cuál es el perfil de programación de las empresas de televisión en el bloque andino.

- 1) *Tipo de Programación*: se analizó la información acerca de la programación de las emisoras según los tipos de programas que transmiten. Los datos fueron analizados tanto en su valor absoluto en horas como en porcentaje.
 - a. *Científicos*: bajo este renglón se agruparon todos aquellos programas que tienen como intención el divulgar los avances científicos y tecnológicos.
 - b. *Concursos*: aquellos programas que buscan la participación del público a fin de demostrar algún tipo de destreza o habilidad.
 - c. *Culturales*: aquellos dedicados a la divulgación de aspectos culturales, (teatro, danza, canto, etc.)
 - d. *Deportes*: programas dedicados a informar sobre el mundo deportivo o a la transmisión de eventos.
 - e. *Documentales*: aquellos que estimulan el conocimiento de un lugar o un evento específico.
 - f. *Educacionales*: aquellos cuyo formato está específicamente diseñado para la educación.
 - g. *Humor*: comedias espectáculos, etc.
 - h. *Infantiles comics*: los dibujos animados para niños.
 - i. *Infantiles entretenimiento*: otro tipo de programas dedicados específicamente a los niños.
 - j. *Informativos*, noticieros, programas de formato informativo.

k. *Largometrajes*.

l. *Musicales*: Programas dedicados a la música, salvo los video-clips.

m. *Musicales video*: programas dedicados a la transmisión de video-clips.

n. *Opinión*: entrevistas, editoriales, paneles, etc.

o. *Religiosos*: aquellos destinados a promover un culto religioso en específico.

p. *Revistas*: programas que tratan diversos tópicos diferentes una misma emisión, o que agrupan varios géneros en sí mismos.

q. *Series*: programas que poseen una continuidad en un número indeterminado de capítulos.

r. *Telenovelas*: programas que poseen una continuidad en un número determinado de capítulos.

s. *Otros*: emisiones que no se ajustan a ninguno de los géneros anteriores.

2) *Función de la programación*: los datos fueron reagrupados de acuerdo a la función tradicional que se le ha asignado a los medios de comunicación, es decir:

a. *Entretenimiento*: tipo de programación destinado a la distracción.

b. *Información*: tipo de programación cuyo fin último es informar al público.

c. *Educación*: programas destinados a educar o elevar el nivel cultural del público.

D) *Observaciones*: se colocaron aquellos datos relevantes que no pudieron ser agrupados en ninguna de las categorías anteriores.

La investigación en Venezuela fue llevada a cabo por CIEDESCO, desde donde se coordinó la recolección de datos en los restantes cuatro países.

El obtener la información y verterla en los cuestionarios fue realizado por Adalid Contreras en Bolivia, por Patricia Anzola en Colombia, por Gloria Dávila en Ecuador y por IPAL en Perú. Estas personas e instituciones se encargaron de verter los datos en los cuestionarios que les fueron enviados.

OBSERVACIONES GENERALES ACERCA DE LA INVESTIGACIÓN

A) *Televisoras Catalogadas*: dado que la investigación se realizó en 5 países, se hará una serie de observaciones generales sobre los resultados obtenidos en los mismos.

Primero, se han catalogado 116 televisoras en Bolivia, Ecuador, Perú y Venezuela.

Además se clasificaron 42 programadoras en Colombia. De momento dejaremos aparte el caso de este país, pues más adelante se hará un comentario dadas sus características particulares.

Como se observa, la mayor parte de las empresas televisoras catalogadas pertenecen a Bolivia, país donde el desarrollo del medio televisivo ha sido realmente desproporcionado, lo cual constituye un elemento distorsionador de la muestra que estamos analizando.

En 1984 existían sólo 9 emisoras de televisión, para el año 1986 el número aumento a 39¹; en el año 1988 existían 44 estaciones de televisión², y como se observa se han logrado catalogar 75 emisoras en 1992.

Dado que no existe una legislación sólida que reglamente a la televisión en Bolivia, han proliferado las emisoras clandestinas³. En el presente Directorio se ha buscado obtener la mayor información posible acerca de la televisión boliviana, por lo que inferimos que deben existir muchas más emisoras que las aquí clasificadas, puesto que sólo se ha obtenido información de 13 emisoras clandestinas.

Un caso de investigación particularmente interesante sería el del crecimiento del espectro televisivo de Bolivia, la causa del mismo, y si el crecimiento en el número de televisoras ha significado alguna variación en la programación o en la calidad de la televisión.

B) *Perfil de Propiedad*: de las 116 televisoras, sólo 6 son públicas, el resto, privadas; 12 son de servicio público, el resto son comerciales; 4 pertenecen a la iglesia y 9 a universidades, y de 10 no se pudo conocer el propietario.

El perfil de propiedad en los países andinos, si hacemos la excepción de Colombia, es bastante uniforme; el sector privado es el que ha tenido la mayor responsabilidad en la conformación del espectro actual televisivo de la subregión.

1 ALEJANDRO A.. *Aproximación a la realidad de la televisión en la subregión andina como base para el desarrollo de un mecanismo de distribución y comercialización del Programa Andino de Televisión.(PATV)*. Julio/Agosto 1986.

2 Instituto Para América Latina (IPAL). *Políticas de televisión en los países andinos*. 1988.

3 El *Informe sobre la comunicación en el mundo*, elaborado por la Unesco en 1990, daba noticia de 129 emisoras, entre legales y clandestinas.

De modo porcentual se ve claramente el peso del sector privado dentro de la conformación actual del espectro televisivo andino. Así, dicho sector posee casi las tres cuartas partes de las televisoras de la subregión.

Es importante resaltar que hemos separado aquellas televisoras que pertenecen a universidades, o a la iglesia, o cuya función es de servicio público, puesto que aunque sean comerciales, es decir, que tengan que recurrir a la publicidad comercial para financiarse, su definición como emisora, y sus objetivos como medio de comunicación social son muy diferentes.

Así las televisoras universitarias, apenas llegan al 8%; así se observa que el esquema de asignación de frecuencias televisivas a las universidades, seguido por Chile, no tuvo mayor repercusión dentro del bloque andino.

Sería de particular interés hacer una evaluación de los medios propios de la Iglesia Católica, así como de otras congregaciones religiosas. Dado que, por lo menos en el caso de Venezuela, se ha venido dando un paulatino crecimiento de los medios de propiedad de alguna congregación religiosa.

Si bien este tipo de propiedad no alcanza en conjunto el área andina sino un 4%, cuando se analiza el caso de Venezuela se observa que la Iglesia Católica posee la quinta parte de las emisoras del país. Todas ellas son de cobertura regional, aunque existe el proyecto de convertir a uno de los canales, (Niños Cantores Televisión), en una red nacional.

C) *Frecuencia de Transmisión:*

Transmiten en frecuencia VHF, 106 emisoras, sólo se detectaron dos en UHF, sólo dos por cable y ocho no pudieron ser ubicadas en ninguna de estas tres categorías por carecerse de información.

La mayoría de las emisoras de frecuencia VHF se encuentran en Bolivia, esto podría explicarse por el hecho de la proliferación de televisoras en ese país⁴. Se aprecia que el desarrollo de las frecuencias UHF todavía no ha comenzado en nuestros países, a no ser por el caso boliviano.

La transmisión por cable de las frecuencias televisivas es otro aspecto que, como se ve, todavía no ha sido explotado en la subregión, donde se ha

⁴ En el Taller *Encuentro de Televisoras Regionales de Iberoamérica* que se realizó en Cali, Colombia, en Noviembre de 1992, Mauricio Méndez de la Red Antena Uno de Cochabamba, Bolivia, informó que a mediados de ese año se dio la licitación para las frecuencias UHF de la Ciudad de La Paz, y que todas habían sido licitadas, por lo que se infiere que el espectro audiovisual de este país se encuentra totalmente copado.

preferido desarrollar el VHF, llegando en algunos casos, (Bolivia, Ecuador), a casi copar el espectro frecuencial.

El caso boliviano es de particular interés dada la sobreabundancia de televisoras, en este país, las televisoras; permitidas legalmente ven en muchos casos que su frecuencia es utilizada por televisoras clandestinas.

D) Cobertura:

Cubren el área nacional 13 emisoras; regional 25 y local 72; se desconoce la cobertura de 8 emisoras. Como se ve, el caso boliviano es otra vez distorsionante de la muestra, dada la abundancia de televisoras que ha llevado a que se produzca la aparición en ese país de televisoras locales.

A pesar del caso boliviano, se observa que existe un número mayor de emisoras regionales y locales, que de cobertura nacional.

Hecho que se explica por la necesidad de las comunidades de tener una programación, bien sea informativa, de entretenimiento o educativa, diferente de la ofrecida por los canales nacionales.

Lo anterior, la aparición en el tiempo de las emisoras nacionales, regionales y locales, en este mismo orden, nos hace creer que el desarrollo de la televisión en el área andina se encamina hacia la regionalización y localización de la televisión.

Haciendo un análisis de las fechas de fundación de los canales, se puede ver que el periodo de mayor auge de empresas de cobertura nacional fue el de la década de los años 60, mientras que las televisoras de cobertura regional y local hacen su aparición en los años 70 y 80.

E) Vinculación con otros medios de comunicación

En cuanto a las vinculaciones con otros medios de comunicación, 45 televisoras las poseen.

Podría inferirse que los medios de comunicación en nuestros países tienden a la globalización, es decir, que quien posee una emisora de televisión posee además otro medio de comunicación. Analizando porcentualmente, se observa que cerca de la quinta parte de las emisoras tienen una vinculación comprobada con otros medios de comunicación de la subregión.

Como apuntábamos antes, esto podría ser un fenómeno de globalización dentro de la región. La adquisición de América TV, canal 4 de Perú, por parte de Televisa, podría darle un carácter bastante peculiar a este proceso, pues serían grupos latinos los que se asociarían para la adquisición de medios y no grupos extrarregionales.

F) Programación

En cuanto a la programación, sólo se pudo obtener la información sobre 55 emisoras, es decir, cerca de la mitad.

La mayoría de las emisoras dedican la mayor parte del tiempo a programación de entretenimiento, lo cual es general en toda la región.

COMENTARIOS GENERALES SOBRE CADA PAÍS

A) Bolivia

Tal como dijéramos anteriormente, es el país de la región andina que mayor número de emisoras tiene, debido a que no posee una reglamentación adecuada para el desarrollo armonioso del medio televisivo, lo cual ha llevado a un crecimiento anárquico del medio televisivo en esa nación, donde casi se ha copado el espectro radioeléctrico destinado a la televisión.

B) Colombia

El caso de este país es realmente atípico, pues en Colombia existe un sistema mixto de propiedad. El Estado es propietario de la planta física y de la antena de transmisión, sin embargo, no produce la programación que se transmite. Se abre un proceso de licitación para la programación donde compitan tanto programadoras públicas (INRAVISION Canal 3), y privadas que son la mayoría.

Canales de televisión tal como los conocemos en el resto de la región andina, es decir, frecuencias asignadas, existen cuatro regionales (TELECARIBE, TELECAFE, TELEPACIFICO y TELEANTIOQUIA), y tres nacionales, CADENA 1, CADENA 2 y CADENA 3). Pero a esto habría que sumar todos aquellos programadores que han licitado y transmiten su programación por estos canales.

En el Directorio sólo aparecen 41 programadores y el canal CADENA 3; no se pudo contactar al resto de los programadores debido a problemas de tiempo, pues la totalidad de los programadores de Colombia debe rebasar el centenar. En el tiempo estipulado no se pudo llevar a cabo con mayor amplitud de trabajo.

C) Ecuador

En el caso de Ecuador podríamos decir que en 1960 se inician las transmisiones de TELECUADOR. El proceso es similar al del resto de América Latina, aunque con cierto retraso respecto de la subregión, dado que los canales nacionales surgen en los años 60 y 70. Los canales regionales y locales surgen en la década de los 80.

Ecuador es el único país del bloque andino que no posee una emisora de televisión propia del Estado, pues todas las emisoras de TV son de propiedad privada, universitaria o eclesiástica.

D) Perú

La historia de la televisión en Perú se ve marcada por cuatro períodos: el primero de 1958 a 1971, que corresponde al surgimiento de las televisoras

regionales. El segundo de 1971 a 1980, que es el que corresponde al período de estatización del gobierno de Velazco. El tercero de 1980 a 1992 que es el de consolidación del capital privado. Finalmente de 1992 en adelante, período de apertura al capital internacional.

En 1958 inicia transmisiones el canal 7, de propiedad del Estado y no será hasta 1963 cuando surja el canal 4, Peruana de Radiodifusión; poco después surge, canal 5 Panamericana.

En 1971 se crea el Ministerio de Transporte y Comunicaciones y es a partir de este año cuando el Estado adquiere el 51% de las acciones de las televisoras existentes, para eliminar la concentración de la propiedad privada en las televisoras y aumentar en un 60% la producción propia en las emisoras.

En 1980 se devuelve a sus antiguos dueños la propiedad de las televisoras; por dos factores: uno, la vuelta de la democracia y el segundo, debido al rotundo fracaso que representó la política de estatización. En este período aparecen dos nuevos canales, el 2 y el 9, ambos en Lima.

Para el año pasado existían 14 canales, 10 privados comerciales, uno estatal y 3 comunales. Transmiten desde Lima 10 y 4 desde la provincia; también a partir del año pasado se eliminaron las barreras para la inversión internacional; fue entonces cuando de el 51% del canal 4 de Lima fue adquirido por Televisa de México.

En cuanto a la cobertura, sólo existen 2 canales regionales provinciales, 3 nacionales, 6 regionales que transmiten desde Lima, uno comunal en Lima y sólo dos comunales en las provincias.

E) Venezuela

Algunas características de la televisión venezolana en 1990: los momentos "pico" de audiencia son entre 1:00 y 2:00 y entre las 7:00 y 10:00 de la noche. Las horas principales de entrada son 1:00 y 9:00; en su mayoría la "lealtad" de la audiencia es para el primer canal que sintoniza .

Para ese año, la audiencia de Venezolana de Televisión era más selectiva que la de otros canales. La información de los televidentes sobre la programación televisiva era ese año obtenida a través de los mismos canales; sólo uno de cada cuatro televidentes utilizaba el periódico para hacer una selección de los programas que veía.

Existe una marcada diferencia entre lo que la gente ve y lo que aspira a ver, es decir, lo que dice que quiere ver; el público dice que no quiere ver telenovelas y quiere programas culturales y educativos, sin embargo, los programas más vistos son las telenovelas y los menos los educativos y culturales.

Venevisión, Radio Caracas Televisión y Venezolana de Televisión, son recibidos por cerca del 90% de la población urbana del país, a pesar de esto, ninguno de los canales nacionales cubre el 100% del territorio nacional.

Existe hasta el momento incertidumbre respecto al destino que tendrá la segunda señal del canal del Estado, Televisora Nacional; en marzo de 1992 se habló de entregarla en concesión a la Universidad Simón Bolívar, sin embargo, desde entonces no se ha sabido más nada y no ha habido ninguna decisión por parte del sector gubernamental al respecto.

Tampoco ha habido ninguna decisión respecto a la aplicación de la ley antimonopolio dentro del marco de los medios de comunicación. Casos como el de Televen y Venevisión, Niños Cantores del Zulia, la misma creación de los consorcios de medios; no han tenido ningún coto respecto de los sectores gubernamentales.

La Iglesia posee tres del total de los canales del país (20%), todos ellos son regionales (33,33%, de los regionales), Teleboconó es el canal regional más antiguo del país, seguido por Televisora Andina de Mérida; sólo existe un canal con señal codificada, que es Omnivisión.

DIRECTORIO DE EMISORAS

El Directorio fue organizado de acuerdo con el orden alfabético de los países. Dentro de cada país se dio prioridad a las emisoras que se encuentran en la capital, que por lo general son de las que se obtuvo mayor información.

En segundo lugar se ordenaron las emisoras de la provincia; en la medida de lo posible se buscó tener ordenada de modo alfabético las emisoras o programadoras dentro de cada región o ciudad. A continuación el listado, tal cual aparece dentro del Directorio.

BOLIVIA

Sucre

1. Chuquiseña de Televisión
2. Mundo Visión Sucre
3. Televisión Universitaria (Universidad Mayor De San Francisco Xavier)

Chuquisaca

4. Sapiranguña de Televisión
5. Sauceña de Televisión La Paz
6. América Televisión
7. Empresa Nacional de Televisión (Entv)
8. Ilimani De Comunicaciones

9. Impacto Visión
10. Radio Televisión Popular (RTP)
11. Sistema Cristiano de Comunicaciones (SCC)
12. Sonomac
13. Teledifusoras Andinas
14. Telesistema Boliviano
15. Televisión Universitaria

Beni

16. Atb Red Nacional
17. Beniana de Televisión
18. Benivisión
19. Borjana de Tele
20. Católica de Televisión
21. Compañía Beniana De Comunicaciones
22. Guayara Visión
23. Iserere Tv - 13
24. Movima de Televisión
25. Riberalteña de Televisión
26. Santa Ana de Televisión
27. Televisión Ignaciana
28. Televisión Universitaria

Cochabamba

29. Antena Uno
30. Canal Del Valle
31. CBA-TV
32. CCA Televisión
33. Cochabambina de Televisión
34. Sistema de RTP (Repetidora de Radio Televisión Popular)
35. Televisión Universitaria Universidad Mayor De San Simón
36. Valluna de Televisión

Oruro

37. ATB Red Nacional (Repetidora del Canal 9 de La Paz)
38. Entv (Repetidora De Entv, La Paz)
39. Orureña de Televisión

40. RTP (Repetidora de Radio Televisión Popular)
41. Televisión Integral
42. Televisión Oruro
43. Televisión Universitaria (Universidad Técnica de Oruro)

Pando

44. Canal Clandestino

Potosí

45. Chicheña de Televisión
46. Ferroviaria de Televisión
47. Potosiana de Televisión
48. Repetidora del Canal 4 de La Paz
49. Televisión Universitaria (Universidad Mayor Tomás Frías)
50. Tupizena de Televisión
51. Uyunense de Televisión
52. Canal Clandestino
53. Canal Clandestino
54. Canal Clandestino

Santa Cruz de La Sierra

55. Canal 3 Red Teleoriente
56. Cruceña de Televisión
57. Galavisión
58. Grigota de Televisión
59. Norteña de Televisión
60. Petrovisión
61. Sitel
62. Teleoriente
63. Televisión Universitaria (Universidad Mayor Gabriel Moreno)
64. Televisión Universo (CTN Tevecinco)
65. Visión Cruz
66. Zoom Producciones (Cristal de TV) RTC
67. Canal Clandestino

Tarija

68. Agropecuaria de Comunicaciones
69. Codetar
70. Chapaca de TV

71. Chaqueña de Televisión
72. Taritel
73. Telesur
74. Televisión Azucarera
75. Televisión Universitaria (Universidad Mayor de San Francisco)

COLOMBIA

Bogotá

1. Audiovisuales
2. Caracol Televisión
3. Cenpro TV
4. CMI (Noticiero CMI)
5. Inravisión
6. Globo Televisión
7. Diego Fernando Londoño TV
8. Datos y Mensajes SA
9. Cripton SA
10. Colombiana de Televisión SA
11. Coestrellas
12. Inravisión Cadena 3
13. Jorge Barón Televisión
14. Lumen 2000
15. María Victoria Torres Televisión
16. Noticiero 24 Horas
17. Producciones Punch
18. Producciones JES
19. Producciones Cinevisión LTDA
20. Prego Televisión LTDA
21. NTC Limitada (Noticiero NTC)
22. Programar Televisión (Noticiero de las 7)
23. Proyectamos TV
24. RCN Televisión
25. RTI Televisión
26. Telestudio SA
27. TV-13 LTDA (Noticiero QAP)

28. Universal TV

29.- TV-Cable

Medellín

30. Coldeportes Antioquia

31. Comfama Televisión

32. Consorcio RTM-Teleproducciones

33. Coopercolt

34. Fusión Televisión

35. Imágenes Producciones LTDA

36. Incolda Televisión

37. Iris Producciones

38. Maya Televisión

39. Producciones Cosmovisión

40. Producciones Mundo

41. Raza Televisión LTDA

42. TV Cámaras LTDA

ECUADOR

Quito

1. Ecuavisa

2. Gamavisión

3. Maxivisión-Canal 5 - Quito

4. Teleamazonas - Canal 4 - Quito

5. Teleandina - Canal 23 UHF

6. Teletrece - Quito

Guayaquil

7. C.R.E. Canal 12 Guayaquil

8. Ecuavisa - Canal 2 TV - Guayaquil

9. Teleamazonas - Canal 5 Guayaquil

10. Telecentro Canal 10

11. Telesistema - Canal 4

Manavi

12. Manavisión - Canal 9

Ambato

13. Teleambato - Canal 2

Esmeraldas

14. Telecosta - Canal 6

Cuenca

15. Telecuenca - Canal 2

Islas Galápagos

16. Telegalápagos - Canal 13

PERÚ

Lima

1. América Televisión
2. Andina de Radiodifusión
3. Frecuencia 2
4. Global Televisión
5. Panamericana TV
6. RBC Televisión
7. Radio Televisión Peruana
8. Televilla

Iquitos

9. TVS Iquitos

Sicuani

10. Canal 11 de Sicuani

VENEZUELA

Caracas

1. CBS (Canal 7)
2. Omnivisión
3. Radio Caracas Televisión
4. Televén
5. Venevisión
6. Venezolana de Televisión

Barquisimeto

7. Telecentro

Boconó

8. Teleboconó

Ciudad Ojeda

- 9.- Zuliana de Televisión (ZUTV)

Cumaná

10. Telesol

Maracaibo

11. Niños Cantores Televisión

Mérida

12. Televisora Andina de Merida

Porlamar

13. Telecaribe

Puerto Ayacucho

14. Amavisión

San Cristóbal

15. Televisora Regional del Táchira