

rej
15

Universidad Nacional Autónoma de México
FACULTAD DE CIENCIAS POLITICAS Y SOCIALES

**EL IMPACTO DE LA TELEVISION EN LAS FORMAS DE VIDA
DE LA CIUDAD DE TORREON, COAH.**

TESIS PROFESIONAL

**QUE PARA OBTENER EL TITULO DE
LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION**

P R E S E N T A

SARA ORANDAY DAVILA



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

TESIS CON FALLA DE ORIGEN

I N D I C E

INTRODUCCION

CAPITULO	I. BREVE HISTORIA DE LA CIUDAD DE TORREON	
	1.1. Antecedentes Históricos.....	1
	1.2. Situación Actual.....	14
CAPITULO	II. DESARROLLO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACION EN LA COMARCA LAGUNERA	
	2.1. Prensa, Radio y Televisión.....	32
	2.2. Agencias de Publicidad.....	49
CAPITULO	III. IMPACTO DE LA TELEVISION EN LA POBLACION	
	3.1. Análisis de la programación Tele- visiva.....	53
	3.2. Análisis del Impacto de la Televi- sión por Medio de los Resultados de las Encuestas que se Aplicaron.....	65
	CONCLUSIONES.....	114
	NOTAS FINALES.....	119
	BIBLIOGRAFIA.....	121

I N T R O D U C C I O N

Es evidente que nos encontramos en la era de la imagen, hoy más que nunca el hombre siente la necesidad de comunicarse y los medios— con que cuenta para ello, entre otros son: el radio, el cine, y la televisión, que han dejado profunda huella en nuestra vida cotidiana.

Sobre todo hay que tomar en cuenta el auge de la televisión que se ha extendido tanto, y se ha introducido hasta tal punto en nues— tros hábitos que hoy no es posible preguntarse quién la ve, sino — — quién deja de verla.

Así pues nos hallamos en el siglo de la imagen, la televisión está en boga y es preciso que nos adaptemos a ella; es raro el hogar — donde no existe una televisión, actualmente es el medio de comunica— ción que cuenta con mayor número de seguidores que de una u otra — manera se encuentran inmersos en los mensajes emitidos por este medio. Como afirma Ludovico Silva; " En primer término, es recomendable con— centrar el análisis en la televisión por constituir ésta un singular— medio de comunicación que, pese a estar dotado de diferencias especí— ficas y rasgos inequívocos, constituye una especie de concentración,— en un solo punto, de todos los otros medios de comunicación. Se diría que cine, prensa, cartel, radio encuentran en la televisión un modo— de comunicarse ellos mismos, una especie de medium mediorum: es audio visual como el cine, es informativa y posee una escritura como la prensa y está en casa como la radio, aunque no en cualquier sitio, sino — precisamente en aquel que cada hogar considera el sitio de honor, el— de la ocupación más crasamente doméstica, o sea el sitio de 'estar',— pero en segundo término es prácticamente imprescindible — más aún tra— tándose de países subdesarrollados que afinemos la puntería teórica —

hacia la televisión, por ser ésta un medio que en los países capitalistas constituye actualmente la más genuina expresión ideológica del sistema". (1)

De esta manera en el presente estudio se ha pretendido hacer un análisis de los modos de vida impuestos por la televisión en la población de Torreón, Coahuila, con respecto a la dependencia en todos los sentidos de los países altamente capitalistas, de las transnacionales, por las condiciones dadas y específicamente de los Estados Unidos.

Es de gran preocupación el analizar de qué forma se mal emplea el tiempo en la televisión al proyectar programas que son nocivos para el desarrollo y equilibrio del individuo en general, y en concreto a la población de Torreón.

Otra preocupación que se debe mencionar, es que la población infantil se ve cruelmente atacada, aprovechándose de la inmadurez que se tiene por la corta edad, con programación y publicidad que le crea necesidades tanto materiales como emotivas, pasando a una frustración al no alcanzar los objetivos presentados por este medio de comunicación masiva.

Esta Investigación se divide en tres capítulos, el primero de ellos nos plantea el desarrollo histórico de la ciudad de Torreón, así como la situación actual de la misma; dicho trabajo, estudiado y-

(1) SILVA, Ludovico, Teoría y Práctica de la Ideología, p. 169.

basado en el Plan Director de la Ciudad de Torreón realizado por la Comisión de Conurbación de la Laguna.

Ahora bien, se hace notar que para la realización del Segundo capítulo fue necesario remitirse a las fuentes más directas, como son: - los primeros trabajadores que estuvieron y que aún están presentes en el desarrollo de los medios de comunicación de la Comarca Lagunera.

Este Segundo capítulo es de suma importancia debido a que hasta ahora no existía ningún documento que hablara sobre el tema, siendo éste el primer trabajo en el que se documentó el desarrollo de los medios de comunicación en la región.

Y por último se aborda el impacto de la televisión en la población, con un amplio análisis de la programación televisiva conjuntamente con los resultados arrojados por las encuestas que se llevaron a cabo para determinar hasta qué grado la televisión influye sobre las formas de vida en la Comarca Lagunera, reflejándose el "american way of life"; para su realización se ha utilizado una considerable bibliografía, tanto de autores mexicanos como extranjeros, que han realizado estudios interesantes con respecto a este tratado.

Es de vital importancia hacer estudios de este tipo en la provincia, ya que la mayoría de las investigaciones que se realizan son a nivel capitalino.

Otra preocupación es dejar un antecedente para que motive a seguir realizando trabajos más profundos al respecto.

CAPITULO I

"Breve Historia de la Ciudad de Torreón"

1.1. Antecedentes Históricos

La historia de Torreón se remonta hasta el año de 1850; la ciudad debe su nombre a una construcción que levantó ese año, en forma de un torreón, el sr. Don Leonardo Zuluaga; en un desierto al pie del hoy Cerro de la Cruz y al lado sur del Río Nazas, con objeto de vigilar desde esa altura el paso de las aguas del río.

Este torreón fue destruido en 1868, debido a una fuerte avenida de las aguas del Nazas que se salieron del cause derribando el torreón; poco después fue de nuevo construido, levantándose en el lugar que hoy ocupa, primeramente llamándosele " Hacienda de Torreón " que posteriormente debido al incremento de la población se le denominó Rancho, en el año de 1887, los cultivos se intensificaron en las labores, dejándose sentir lo deficiente de los medios de transporte, cuyo alivio se sintió con el ya anunciado advenimiento de los ferrocarriles que mantuviera comunicado a Torreón con la Metrópoli y la frontera o sea Paso del Norte hoy Ciudad Juárez, Chihuahua.

El primero de marzo de 1888 llegó a Torreón el primer tren del ferrocarril internacional afirmando este acontecimiento el interés de los primeros adquirientes de tierra en la naciente colonia, los trenes comenzaron a traer gentes nuevas que venían tras de la perspectiva de algunos negocios, donde iniciaron sus primeras tentativas de actividad. " La presencia de numerosos empleados de los ferrocarriles, muchos de ellos extranjeros con magníficos salarios; la concentración de carros de transporte que acudían a entregar o recoger carga de los ferrocarriles, correspondiente a los ranchos de la región; el establecimiento de la primera fábrica de hilados con un personal mayor de un centenar de obreros, un buen número de

empleados y las familias de todos ellos más; con el gran número de personas de todas las actividades que escogieron el cruce de las vías férreas como base de sus operaciones, todo en conjunto hizo que el centro de población empezara a tomar una importancia, que pronto llevó a lugares lejanos la fama de Torreón, dada la rapidez de comunicaciones recién establecidas". (2)

La Comarca Lagunera se encuentra situada en una Región semi-desértica entre los Estados de Coahuila y Durango, la Comarca está integrada por diez municipios; Torreón, Francisco I. Madero, San Pedro, Matamoros, Parras, Viesca en el Estado de Coahuila, Gómez Palacio, Lerdo, Tlahualilo y Mapimí en el Estado de Durango.

La denominación La Laguna que siempre se ha dado a esta Región se debe a los depósitos de los caudales del Nazas y el Agua naval, en los grandes bajos orográficos de la zona y el declive de esta Comarca permite que estos ríos viertan sus aguas en sus tierras, en los Municipios de Torreón, Gómez Palacio y Lerdo, en donde se genera el porcentaje más importante del valor de la producción regional, en donde se dan las mayores concentraciones demográficas.

La Comarca Lagunera cuenta con una ubicación estratégica, siendo el paso obligado de bienes y servicios a los principales centros productores y consumidores del norte del país; su nivel de infraestructura instalada y su cercanía de importantes recursos naturales susceptibles de transformación; la han colocado como un-

(2). GUERRA, Eduardo, Historia de Torreón, p. 62



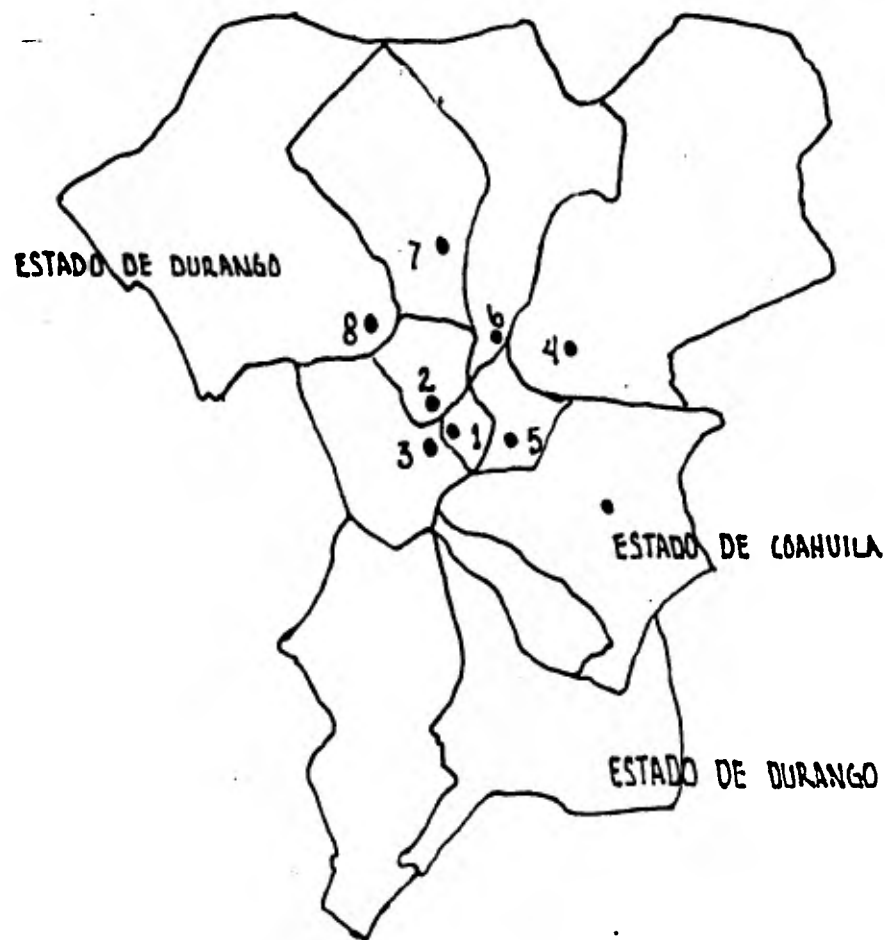
COMARCA LAGUNERA

CHIHUAHUA

COAHUILA

DURANGO

ZACATE-
CAS



POBLACION
APROX. 1978

1	TORREON, COAH.	325	MIL	HABS.
2	GOMEZ PALACIO, DGO.	109	MIL	HABS.
3	LERDO DGO.	31	MIL	HABS.
4	SN. PEDRO, COAH.	28	MIL	HABS.
5	MATAMOROS, COAH.	17	MIL	HABS.
6	FRANSISCO I. MADERO, COAH.	14	MIL	HABS.
7	TLAHUALILO, DGO.	13	MIL	HABS.
8	BERMESILLO, DGO.	6	MIL	HABS.

centro potencial industrial, comercial y de servicios.

El conjunto social ya creado, requería de una organización política y administrativa, fue entonces cuando se designó una comisión que formalizara gestiones cerca del Ejecutivo del Estado, así fue como el Rancho Torreón pasa a ser Villa en el año de 1893; con el fin de apreciar el progreso de la nueva población, se realizó un censo general de habitantes el día 20 de octubre de 1895, que arrojó una cifra de tres mil novecientos sesenta y nueve en la ciudad, y siete mil cuatrocientos de los ranchos pertenecientes a la jurisdicción de la municipalidad, dando un total de once mil trescientos sesenta y dos habitantes.

El principal cultivo era el algodón y su desepite se hacía "por un procedimiento enteramente primitivo que consistía en un mecanismo impulsado por un sistema de aspas, con cajones, al golpe de una pequeña caída de agua. Hecho el desepite, se enviaba el algodón por tierra a Durango" (3) estas cosechas se vieron beneficiadas con el "advenimiento del ferrocarril, ya que pudieron ampliarse los cultivos y su sistema, empleando semillas importadas y montándose desepitadoras modernos". (4)

En 1898 comenzó la era bancaria con las operaciones de la sucursal del Banco de Coahuila, el Banco de Londres y México, el Banco Americano, la sucursal del Banco Mercantil de Monterrey y el Ban

(3). IBID, p 80

(4). IBIDEM.

co de Nuevo León, por la misma época también había grandes progresos en el ramo de comunicaciones, ya que el ferrocarril Internacional - había extendido su línea hasta Durango y se proyectaba la construcción del Ferrocarril Coahuila y Pacífico, de Saltillo a Torreón. - Se autorizó el decreto para el establecimiento de una planta de luz-eléctrica para el alumbrado particular; y cuarenta lámparas para el alumbrado de la ciudad". (5) transformándose el ferrocarril que era de tracción animal en eléctrico, cambiando sus rieles por otros de mayor libraje. Más tarde se construyó la más importante negociación industrial de la Laguna, que fue la Fundición Metalúrgica, con un capital inicial de un millón doscientos mil pesos.

El renglón de la educación, se vio presentado en aquella época por el establecimiento de planteles particulares, el primero de ellos fué el Instituto Hidalgo, el siguiente fué el Colegio Torreón.

En 1907 el crecimiento de la población se debió al impulso progresista en las distintas ramas de actividades económicas para residir en Torreón, por lo que se construyeron gran número de casas comerciales, industriales y el Mercado Alianza (uno de los principales abastecedores de frutas y verduras del norte y centro del país). Este desarrollo económico se debió también en gran medida al auge agrícola con que contaba la región Lagunera, como ya dijimos siendo su principal cultivo el algodón, la sucesión de estos hechos originó la necesidad de construir un Palacio Municipal, de acuerdo al decreto citado por el Congreso del Estado el 15 de septiembre de 1907.

(5). IBID, p 88

debido a su importancia la Villa, fué elevada al rango de Ciudad.

Torreón, la joven ciudad, se encuentra situada "en el extremo-suroeste del Bolsón de Mapimí, en la línea interestatal de Coahuila y Durango, a los 25° 31' de latitud norte y 103° 25' de longitud-este, a una altitud media de 1,000 m. s.n.m. y a 370 km. aproximadamente de la costa del Océano Pacífico.

El clima del centro de población queda enmarcado en la clasificación de cálido muy seco y semicálido muy seco con oscilaciones -- térmicas". (6)

En la Ciudad de Torreón a partir de ese entonces, se iniciaron importantes actividades agrícolas e industriales, las cuales se -- vieron interrumpidas por el estallido de la Revolución Mexicana en 1910.

En 1911, los habitantes de Torreón carecían de una información real y verídica, ya que las fuentes y los periódicos oficiales, sólo daban información restando toda importancia a la rebelión; solamente las personas que hablaban el idioma inglés tenían una muy regular información al día, de los sucesos culminantes. La colonia- norteamericana, bastante numerosa en la Comarca Lagunera, sostenía- desde hacía diez años un periódico que se editaba en esta Ciudad -- denominado "The Torreón Enterprise" publicación libre de censura, -- pues el gobierno no daba importancia a sus informaciones por su -- mismo idioma extranjero". (7)

(6). Plan Director Urbano de la Ciudad de Torreón. p 72
de la Comisión de Conurbación de la Laguna.

(7). GUERRA, Eduardo, Historia de Torreón. p 152

Torreón, plaza estratégica de primer orden por ser el principal centro de comunicaciones en el norte, fué objeto de muchos intereses para la Revolución.

Ya para 1925 la situación general era bastante buena, comenzando a llevarse a cabo las festividades derivadas de las cosechas. Estas consistían en una feria denominada Feria del Algodón en la que se entregaba un premio al agricultor que presentara la primera paca de algodón en el año.

Otra tradicional fiesta era la llevada a cabo por la numerosa colonia española de la Laguna, celebrando la Batalla de Covadonga y éstas eran las fiestas de Covadonga, puede decirse que no se encuentra ninguna distintiva respecto a costumbres. Ello se explica por el hecho de que la población es producto de una migración tanto extranjera como del interior de la República.

Aparentemente Torreón carece de folklore, resultando explicable por la juventud de la ciudad; dentro de este renglón encontramos la fiesta que tiene lugar el día de San Isidro Labrador, el día 15 de mayo, que se celebra en el medio rural.

Según los datos correspondientes al censo de 1930, "el Municipio de Torreón tenía una población de 75,756 habitantes y según los datos de 1940, una población de 87,765, lo que da un aumento en la década de 11,969 habitantes, o sea, un aumento de 15.79 %.

En el año de 1936, el Presidente Lázaro Cárdenas llevó a cabo mediante un decreto que expidió, el reparto agrario en la Comarca -

Legunera. " Tres cuartas partes de las tierras de riego fueron ex -
propiadas. El reparto favoreció a 34,816 campesinos, en 296 ejidos
y a 2,000 personas con pequeñas propiedades". (8) Así pues la agri-
cultura está en manos de las sociedades ejidales y de pequeños - --
agricultores.

Este reparto agrario provocó un mayor crecimiento demográfico-
en la Región Metropolitana y especialmente el de la Ciudad de Torre-
ón que ascendió a 128,971 habitantes para 1950. Estos movimientos -
poblacionales se debieron principalmente a que la región proporcion
ba condiciones favorables de vida y trabajo; desde entonces se trans-
formaron las ciudades de Torreón, Gómez Palacio y Lerdo, convirtien-
dose en las ciudades más importantes de la zona norte-centro del -
país.

En cuanto a la composición étnica, puede decirse que predomina
el mestizo, y no se hablan lenguas o dialectos indígenas; para en-
tonces " la población extranjera no es muy numerosa, pues según el
censo sólo quedaban en el municipio 2,233 nativos de países extran-
jeros (1,246 hombres y 987 mujeres).

Entre ese número de extranjeros puede mencionarse la colonia es-
pañola, cuyos miembros se dedican preferentemente a la agricultura-
y al comercio; la de habla árabe, cuyos componentes se dedican a ac-
tividades comerciales, principalmente tiendas de ropa y de calzado;
la colonia china, cuyas actividades se concentran en el comercio de

(8). Plan Director Urbano de la Ciudad de Torreón . p 72
de la Comisión de Conurbación de la Laguna.

abarrotos. La colonia francesa cuenta con muy pocos miembros, cuya actividad es comercial y la colonia americana, que tampoco es muy numerosa, se compone de dirigentes o técnicos de algunas empresas, tales como la Cía. Metalúrgica de Peñoles, etc. " (9)

La industria de Torreón podía calificarse de la siguiente manera: industrias de Metales, Industria de alimentación, Industria Textil, Industria del Vestido, Industria de la Construcción entre otras.

En 1929 fue inaugurado el Puerto Aéreo de Torreón al extremo-orienté de la población, la telegrafía inalámbrica y la estación meteorológica, haciendo un aeródromo de primera categoría y el Central en las importantes líneas México-Juárez y Matamoros-Mazatlán.

En 1931 un acontecimiento de mucha trascendencia tuvo lugar, a pesar de muchas dificultades y de su alto costo se construyó el puente para automóviles sobre el Río Nazas formando parte de la gran Carretera Nacional Interoceánica. Puente que uniera a la Ciudad de Torreón con la Ciudad de Gómez Palacio.

La Ciudad de Torreón conjuntamente con Gómez Palacio y Lerdo, cuentan para su futuro desarrollo, con importantes recursos propios, entre los que se destacan numerosos yacimientos de mármol, barita y fluorita; en ella ocurren relevantes actividades agropecuarias, de importancia regional y nacional, especialmente la producción de algodón, leche y ganado de abasto; además, en la ciudad se ubican las

principales instalaciones industriales de la Comarca.

Entre sus recursos naturales destaca la producción agrícola como uno de los factores fundamentales de su economía. El principal problema a que se enfrenta esta actividad es la insuficiencia del agua y su uso inadecuado y la poca diversidad en cuanto a la ganadería; destaca el desarrollo del ganado lechero, que coloca a la Región Lagunera como la principal cuenca lechera del país: un millón de litros diarios en 1976.

Problemas como la insuficiencia de forrajes, la inasistencia técnica, las instalaciones inadecuadas, entre otros han impedido un desarrollo más acelerado de la región, independientemente de la acelerada transformación de la actividad agropacuaría a la industrial.

La estructura de cultivos ha estado integrada casi exclusivamente por: algodón, trigo, maíz cártamo, sorgo y alfalfa; sin embargo se han registrado algunos cambios en los últimos años, como es la pérdida relativa en los cultivos de algodón y trigo a cambio de un incremento en la alfalfa y en la diversificación de cultivos, como el frijol, la vid y el nogal.

En el nivel estatal, a la Comarca Lagunera le corresponde el 44 % del área cultivada en todo el Estado de Coahuila, y genera un poco más de las tres cuartas partes del valor agrícola.

La ganadería y la avicultura son actividades que han adquirido una gran importancia en la región, puesto que surten tanto de

huevo como de leche a otras partes de la República.

La zona está conformada en un 36 % por sierras, y otra de las actividades básicas es la minería. El desarrollo minero ha sido modesto, ya que no existe una infraestructura adecuada, falta asistencia técnica, desconociéndose con exactitud los recursos reales.

La importancia que ha adquirido la población se debe a sus grandes trasacciones en la Banca, el comercio y la agricultura; y a la facilidad de los medios de transporte, como uno de los mejores centros ferrocarrileros.

La conclusión de que la Ciudad de Torreón debe su existencia originaria y exclusivamente a la construcción de los ferrocarriles Central e Internacional, que al cruzar sus vías le dieron la posición privilegiada de centro de comunicaciones.

" Con relación a las conurbaciones, la Ley General de Asentamientos Humanos señala que cuando dos o más centros urbanos situados en los territorios municipales de dos o más entidades federativas formen o tiendan a formar una unidad geográfica, económica y social, la federación, las entidades federativas y los municipios respectivos, en el ámbito de sus competencias, planearán de manera conjunta y coordinada el desarrollo de dichos centros con apego a la Ley Federal de la Materia". (10)

Es por esta razón que no podemos deslindar completamente a la-

Ciudad de Torreón de las demás ciudades que conforman a la Comarca-Lagunara, y mucho menos de las ciudades de Gómez Palacio y Lerdo - aunque forman parte de otro estado, el hecho de encontrarse tan cer-
cs geográficamente les hace desarrollarse entre sí.

Nuestro estudio está básicamente enfocado a la Ciudad de To -
rreón, sin dejar de tomar en cuenta que forma parte de una comuni -
dad denominada Comarca Lagunara.

"La Comarca Lagunera es una región joven, fundada hace 70 años. Por eso carece de profundas raíces históricas y culturales regio -
nales, esa situación la orilla a estar desposeída de una cultura -
propia que esté inmersa en sus habitantes. Es una zona que tiene a -
la vez, una alta innovación de estilo de vida del extranjero, espe -
cialmente de Estados Unidos". (11)

(11). RAMOS, Navas Germán, Instituto Nacional de Bellas Artes,
Dirección de Literatura, p 10

1.2. Situación Actual

En 1979 la población de Torreón "fué de 334,524 habitantes - aproximadamente, en un área de 4,872 has. con una densidad de población promedio de 68.6 Hab/Ha, la ciudad podría albergar un incremento de población de 152,727 habitantes sin modificar substancialmente la estructura urbana existente". (12)

El uso comercial del suelo se encuentra disperso en el área urbana, sin embargo destaca la concentración en torno al cuadrante de Torreón. A partir de ahí se extiende por las arterias principales. Esta ubicación provoca en la actualidad congestionamientos en las calles que confluyen a este centro. La oferta actual de suelo para uso comercial es escasa, y la presión de la demanda está ocasionando el cambio de uso habitacional por comercial. (ver cuadro No 1).

Una carencia significativa en la infraestructura de la ciudad, es el sistema de drenaje pluvial. En la actualidad sólo existe una red mínima de 5,000 metros en la zona comercial de la localidad, - esta inexistencia de la red de drenaje pluvial provoca problemas de encharcamiento e inundaciones, deteriorando el pavimento y la salud pública.

Es una necesidad indispensable en la ciudad la introducción del drenaje pluvial ya que es una necesidad apremiante para los habitantes.

(12). Plan Director Urbano de la Ciudad de Torreón. p 37
de la Comisión de Conurbación de la Laguna.

CUADRO Nº 1

AREA URBANA DE TORREON, COAH.

USOS DEL SUELO.

U s o s:	Km ²	%
Habitacional	21.505	46.6
Industrial	1.465	3.2
Comercial y Servicios	3.758	8.2
Vialidad	11.382	24.6
Areas Verdes	1.264	2.8
Lotes Baldios	6.753	14.6
T O T A L :	46.127	100.0

Fuente: Dirección General de Centros de Población, SAHOP.

En cuanto al desarrollo industrial se señala que se cuenta con instalaciones de importancia a nivel nacional, en las que predominan la industria metalúrgica, la vitivinícola, la de productos químicos, y la confección de ropa, así como la producción de maquinaria e implementos agrícolas.

La industria de la Ciudad de Torreón se considera en desarrollo pues su desenvolvimiento económico dejó de sujetarse a la agricultura a partir de los años sesentas, debido a la crisis agrícola que se presentaba en esa época.

En la actualidad Torreón cuenta con un número aproximado de 2,300 industrias, desde la más pequeña, hasta la más grande.

La actividad principal de la industria de Torreón es de transformación, siendo los artículos que más se fabrican: los fertilizantes, alimentos balanceados, fundición de fierro, hierro y acero, bombas para pozo profundo, aparatos de refrigeración, productos de hule y plástico, refacciones automotrices, muebles para el hogar, vinos y licores, cilindros hidráulicos, herramientas para camiones y automóviles, colchones y colchonetas, telas y productos textiles, carnes frías, implementos agrícolas, guías para válvulas, equipo para establos, aceites y grasas vegetales, artículos de herrería, insecticidas, productos lácteos, mangos de madera, carruchas para cables, azadones, palas, molduras de plástico, cerveza, cemento, cal, ladrillos, antimonio, zinc, plomo, azufre, ácido sulfúrico, básculas, etc.

De esta gran variedad de productos elaborados en la Ciudad se encuentran entre los principales productos de exportación las básculas, productos de hule, muebles de madera, algodón, zinc afinado, fluorita y telas de algodón y mezclillas.

La comunicación vial metropolitana es deficiente debido a la escasez de accesos viales entre las ciudades de Torreón y Gómez Palacio, ya que el 80 % de la misma, se realiza únicamente por medio de dos puentes que forman un par vial cuyo volumen es de 40,000 vehículos diarios. Existen adicionalmente dos vados que conectan a arterias de menor capacidad, lo que ocasiona serios congestionamientos de vehículos.

En relación con el transporte, la ciudad de Torreón cuenta con 22 rutas de servicio de autobuses urbanos y suburbanos, de los cuales un alto porcentaje comunica a éste con Gómez Palacio y Lerdo. Dichas rutas atraviesan por la zona comercial localizada en el primer cuadro de la ciudad.

Para 1977 existían registrados en la ciudad 24,155 vehículos de motor, de los cuales 881 eran autobuses, 101 taxis, 16,447 automóviles y 5,815 entre camiones y camionetas, lo que significa un índice de 3.7 autobuses urbanos y 4.3 taxistas por cada 1,000 habitantes.

La Ciudad de Torreón, conurbada a las Ciudades de Gómez Palacio y Lerdo, Dgo., está ampliamente comunicada por medio de carreteras, ferrocarril y Servicio Aéreo.

Por carretera tiene transportes de autobuses foráneos, existen 27 empresas que comunican a la ciudad con los municipios aledaños y con el resto del país. No existe una Central de Autobuses, por lo que las 22 terminales localizadas sobre la calzada Presidente Carranza Poniente, aproximadamente a 200 metros de la zona comercial, generan problemas de congestionamiento, ruido y contaminación ambiental.

Se estima que este problema se resolverá cuando se realice la próxima construcción de la central de pasajeros que albergará a todas las rutas.

El servicio ferroviario de transporte de pasajeros tiene su origen y destino en la ciudad de Torreón, como ya dijimos anteriormente, la que se comunica principalmente con Zacatecas, Chihuahua, Durango y Saltillo. Los pasajeros que utilizan este servicio han disminuido, ya que la demanda se ha reducido en un 30 % en los últimos años.

Por el contrario, el transporte de carga de ferrocarril, se ha incrementado considerablemente debido al crecimiento acelerado de la zona industrial de la ciudad y de la actividad agrícola en la Región Metropolitana.

Existe un aeropuerto de largo alcance que presta servicio nacional e internacional, a través de una línea de aviación comercial de pasajeros, con una frecuencia de 10 vuelos diarios, domésticos y con conexión a la frontera con Estados Unidos.

La incidencia de las enfermedades que se presentan en la ciu -

dad es la siguiente: las gastrointestinales se presentan en un porcentaje del 12.7 %, las enfermedades de vías respiratorias son las más frecuentes y alcanzan el mayor porcentaje que es de 68.6 % - las las cardiovasculares tienen un 6.4 % del total, las oftálmicas el 5 % y otras (como las de tipo hepático, nervioso, dental, etc.) ocupan el 4 %; un 3.3 % no padecen ningún tipo de enfermedades.

"En relación con la educación, el equipamiento presenta un déficit de 66 aulas en el nivel preescolar. En lo que se refiere a enseñanza básica, media básica y media superior, la cobertura del servicio es aceptable". (13)

El nivel pre-escolar, para 1978 formaban un número de 26 escuelas y entre todos albergaban a 2,014 estudiantes, atendidos por 32 maestros.

Las escuelas primarias son un número de 782, con 195,880 estudiantes atendidos por 4,517 maestros.

Las escuelas de educación media básica (secundarias, etis, etc), formaban un número de 154, con 45,623 estudiantes, atendidos por 893 maestros.

Las escuelas de educación media superior (preparatorias, cecyts, etc.), formaban un total de 38, con 12,999 estudiantes atendidos por 336 maestros.

Las escuelas de educación superior forman un total de 18, con 6,962 estudiantes de la Ciudad de Torreón.

Debemos aclarar que estos datos son tanto de escuelas federales, estatales, municipales y particulares.

Los supermercados y centros comerciales cubren suplementariamente a los mercados públicos, pero con el consiguiente encarecimiento de productos básicos, lo que afecta a los grupos de menores ingresos.

La ciudad actualmente cuenta con 4 mercados y 12 centros comerciales, además cuenta con un Centro de Abastos que surte de fruta y verduras a casi todo el centro y norte del país.

En relación a los espacios recreativos y deportivos, se observa un déficit de consideración, sin embargo, actualmente se está creando un parque en el que se está construyendo la primera etapa, ésta es de carácter deportivo, y la segunda tendrá un enfoque recreativo y cultural, ésto con la idea de ir estructurando un parque que cumpla con diversas funciones.

Actualmente el incremento demográfico se ha acelerado debido al impulso que han tenido las actividades industriales, concretando el área urbana de Torreón al 91.50 % del total de la población del Municipio.

"En el período 1950-1960, el ritmo de crecimiento de la población fue de un 3.4 % registrándose 128,971 habitantes para 1950 y

179,901 en 1960; para 1970 se registró una población de 223,104 habitantes significando una tasa de crecimiento del 2.2 % y para 1978, se registró una población de 322,900 habitantes, lo que representó un ritmo de crecimiento de 4.7 % muy por encima de la media nacional. Lo anterior significa que la población total creció a una tasa media anual del 3.33 % en el período 1950-1978". (14)

De acuerdo al estudio del Plan Director Urbano de la Ciudad de Torreón de la Dirección de Conurbación, las estimaciones de población para la ciudad de Torreón hasta el año 2,000 son las siguientes: (ver cuadro No 2), y se estima que la población de Torreón se integrará de la forma siguiente : (ver cuadro No. 3).

"De acuerdo con los datos del censo de 1960, la población de la Ciudad de Torreón estaba constituida en su mayoría por población nacida en el Estado de Coahuila, un 64.4 % migrante; posteriormente ésta se incrementó hasta llegar en 1970 a un 77.2 %. La población inmigrante del estado registró un 34.5 % en 1960, reduciéndose a un 22.4 % en 1970. El porcentaje de extranjeros en 1960 era del 1.1 %, el cual se redujo a 0.4 % en 1970". (15)

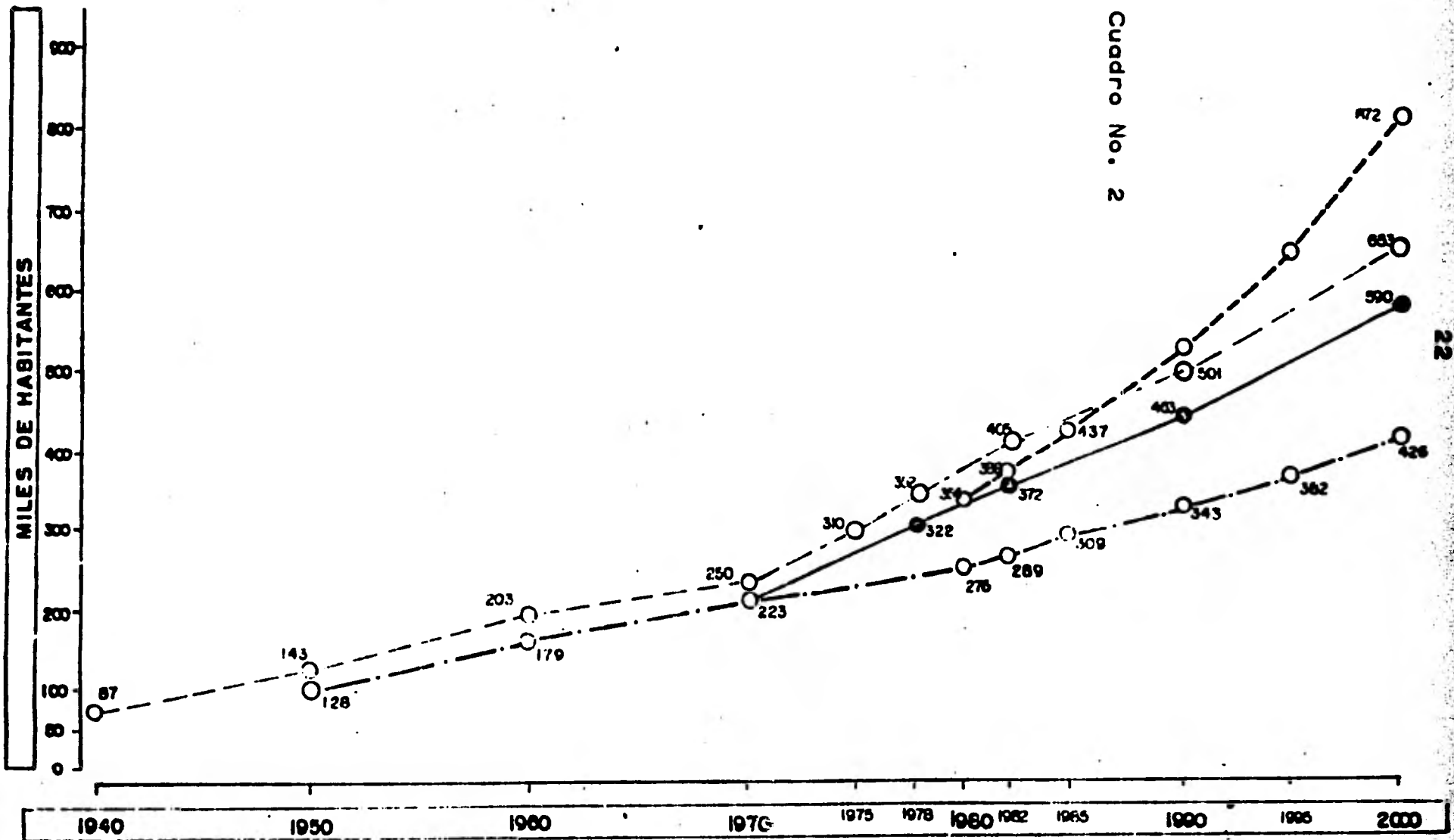
La población de Torreón es joven, en 1970 el 55.9 % era menor de 19 años; el 26.1 % tenía entre 20 y 39 años; el 12.4 % entre 40- y 55 años y finalmente, el 5.6 % correspondía a las personas mayores de 60 años.

(14). IBID , p 77

(15). IBIDEM.

PROYECCION DE POBLACION

CIUDAD DE TORREON



CUADRO Nº 3

ESTIMACIONES DE POBLACION.

Años	1970	1978	1982	1990	2000
Habitantes	223,104	322,900	371,968	463,929	590,000

Fuente: Comisión de Conurbación de La Laguna, 1978.

CUADRO N° 4

ESTRUCTURA POR EDADES, 1960-1970
MUNICIPIO DE TORREÓN.

Grupos de Edades	Población				Índice de Crecimiento Anual 1960 - 1970
	1960		1970		
	Hab.	%	Hab.	%	
0 - 9	62,163	30.6	79,165	31.6	2.40
10 - 19	46,115	22.7	60,877	24.3	2.75
20 - 29	31,488	15.5	38,831	15.5	2.08
30 - 39	22,956	11.3	26,555	10.6	1.45
40 - 49	15,649	7.7	19,039	7.6	19.5
50 - 59	11,782	5.8	12,025	4.8	0.20
60 - 69	6,500	3.2	8,517	3.4	2.68
Más de 70 años	6,500	3.2	5,514	2.2	-1.64
	203,153	100	250,524	100	

Fuente: Comisión de Conurbación de La Laguna.

Durante el período 1960-1970, la evolución histórica de la estructura por edades, muestra que existe una mayor tendencia de crecimiento de la población no productiva, circunstancia que incrementa el índice de dependencia. (ver cuadro No. 4).

La población total para el municipio de Torreón estimada para 1979 es de 364,672 habitantes siendo 91,699 la población económicamente activa, distribuida de la siguiente manera: en el sector primario 10,086 personas que representan el 11% de la población económicamente activa y el 2.76% del total del Municipio.

A la vez laboran en el sector secundario 27,510 personas que representan tanto el 30% y el 7.54 % respectivamente. Así mismo el sector servicios o sea el terciario ocupa el 59% de la población económicamente activa, sea ésta de 54,103 personas, 14.83 % del total de la población del municipio.

El nivel de ingresos y egresos de la población, la obtuvimos de la información proporcionada por la Comisión de Conurbación de la Laguna, en la que se establecieron seis rangos o niveles de ingresos en el primer rango, de 1 a 3,000 pesos, existe mayor población que vive dentro de este nivel de ingresos que en números relativos representa un 37.38 % de la población total, y en números absolutos son 120,700 habitantes.

En lo que respecta al nivel de ingresos que se puede considerar como medio o sea entre los rangos, de 3,001 a 5,000 y de 5,001 a 10,000 pesos, se observa que dentro de estos rangos, se concen -

tró el 55.13 % de la población que en números absolutos son - - -
178,015 habitantes que dependen de los que trabajan y que perciben
ingresos dentro de estos rangos.

En lo que respecta a los egresos, al igual que los ingresos, -
lo componen seis rangos. En los tres primeros rangos que son de -
1 a 10,000 del total poblacional. Las personas que están dentro -
del nivel medio alto y más en cuanto a egresos son en números rela-
tivos de el 8.34 %. Como conclusión en lo que respecta a los in -
gresos se puede observar una gran concentración de los ingresos en
pocas manos, pocos habitantes dependen de los trabajadores de al -
tos ingresos.

No así en los bajos ingresos que es donde se encuentra el -
92.51 % de la población o sea 298,714 personas que dependen de -
los trabajadores de bajos ingresos.

En lo referente a los egresos se observa que los habitantes -
que dependen de personas de más bajos ingresos, gastan en su tota -
lidad sus ingresos, estas personas son el 91.66% de las personas -
totales, el 0.85% tienen capacidad de ahorro, esto en cuanto a los
habitantes de bajos ingresos, comprendidos dentro de los rangos de
1 a 10,000 pesos de ingresos y gastos.

Mientras que las personas que tienen capacidad de acumular -
ocupan el 7.49% del total de habitantes.

Los habitantes de bajos ingresos no tienen capacidad para acumular. Los de altos ingresos tienen alta capacidad de acumulación. Los habitantes de bajos ingresos tienen mayores necesidades y todos sus ingresos los utilizan en su totalidad para su satisfacción.

Actualmente la Ciudad de Torreón se caracteriza por ser un centro comercial, financiero y de servicios, destacando también su industria. Se observan cambios de importancia de las diversas ramas económicas. El lento desarrollo industrial, la decreciente actividad agrícola y el acelerado incremento de los servicios dan la pauta del desarrollo económico de la ciudad.

Así mismo, existe una franca reducción de la capacidad de absorción de la fuerza de trabajo y una concentración de capital cada vez mayor en un reducido porcentaje de población.

En la Ciudad de Torreón no se logra satisfacer adecuadamente todas las demandas que plantea el crecimiento acelerado del Municipio, principalmente por la insuficiencia de recursos humanos, materiales, financieros y técnicos para realizar la planeación, programación, instrumentación, operación y control de los servicios públicos. Es necesario consolidar las actividades agropecuarias; buscar el óptimo aprovechamiento de los recursos acuíferos y preservar al máximo las áreas agrícolas que rodean el área urbana.

La serie de problemas que actualmente sufre la ciudad, tuvieron su origen en el período 1930-1950, cuando el auge del cultivo -

del algodón, la productividad agrícola en general de la Comarca Lagunera y la dotación de tierras ejidales, produjo una fuerte atracción de flujo migratorio. A partir de 1950 la tasa de crecimiento -decreció hasta situarse por debajo de la tasa nacional debido principalmente al monocultivo que imperó en la zona, a la escasez de agua y la baja oferta de empleo. Sin embargo, la tasa de crecimiento anual del Municipio de Torreón, ha sido mayor que la tasa promedio de crecimiento estatal de Coahuila.

Es necesario situar la economía regional dentro de un contexto nacional e internacional, teniendo así un marco de referencia más amplio, mediante el cual se pueda entender el por qué y cómo se ha dado el desarrollo de la región y de la ciudad de Torreón específicamente. Dentro del marco Internacional se da una situación de dependencia en cuanto a las decisiones de política económica (que nos atañe de manera particular) de México en relación a organismos internacionales como el Banco Internacional de Desarrollo (BID) o el Fondo Monetario Internacional.

Este último resulta de mayor importancia ya que guía o determina de alguna manera el desarrollo del país mediante "Convenios" - para poder dar créditos, especificando entre otras cosas: reducción del déficit del sector público, endeudamiento externo, utilización de un porcentaje del crédito en una u otra actividad económica.

Este tipo de convenios evita en gran medida el poder decidir - de manera autónoma respecto a las características de Política Eco-

nómica Nacional.

La no competencia en el mercado internacional de productos industriales nacionales, ha provocado que el Gobierno Mexicano incrementa de manera intensa los estímulos en el sector industrial, consolidando el proteccionismo y reforzando el sistema de permisos de importaciones, racionalizando la aplicación de los aranceles gravando más a los productos terminados que a los insumos; de igual manera la estrategia física aumentó la exención de impuestos a la inversión privada.

Es importante considerar las medidas que se han tomado respecto al sector agrícola, ya que en la actualidad se encuentra en una situación crítica, tomando en cuenta la gran cantidad de productos de origen agrícola que se tiene que importar para poder alimentar al pueblo mexicano. Las medidas específicamente consisten, en: eximir de impuestos a todos los productos agrícolas, desde su producción, orientar la producción hasta el consumo final agrícola, y alcanzar el nivel necesario de producción para no seguir importando granos u otros productos agrícolas que se importan. Con el objeto de lograr un equilibrado desarrollo socioeconómico, manifestandose así, un amplio panorama de desarrollo del sector agrícola, industrial y de servicios en la Comarca Lagunera.

CAPITULO II

**"Desarrollo de los Medios de Comunicación en la Comarca
Lagunera"**

C R O N O L O G I A
DE LOS MEDIOS DE COMUNICACION EN LA COMARCA LAGUNERA.

Periódico "La Opinión".	27 de septiembre de 1917
Periódico "El Siglo de Torreón".	27 de febrero de 1922
XETB "Radio Laguna".	25 de septiembre de 1931
XEBP "Radio Sensación".	1938
XEDN "La Rancherita".	1942
XEOB ahora XETAA "Radio Exitos".	5 de mayo de 1952
Periódico "La Epoca".	1954
XEBF "Radio Amistad".	diciembre de 1955
XETJ "Canal 57".	1956
XELN "Canal 4" de Televisión.	1958
XERS "La Divertida".	1961
XETC "Radio Mayrán".	1º de mayo de 1961
XEVK "Radio Felicidad".	1963
XEWN "Radio Variedades".	1964
XEGZ "La Pantera".	12 de mayo de 1964
XETOR "Radio Ranchito".	1965
XHIA "Canal 2" local de Televisión.	1967
XHO "Canal 11" de Televisión.	1968
XEYD "Radio Ambiente".	1971
Periódico "Noticias".	13 de mayo de 1975
XHPE-FM "Radio Estereo Laguna".	5 de diciembre de 1975
"Telecable de La Laguna".	25 de abril de 1979
XHMP-FM "Estereo 95".	10 de junio de 1979
Periódico "El Sol de La Laguna".	5 de febrero de 1980
Periódico "Vanguardia".	15 de mayo de 1980
"Canal 13" de Televisión.	26 de junio de 1981

2.1. Prensa, Radio y Televisión.

Los datos expuestos en el capítulo anterior proporcionan un panorama general del desarrollo de la Comarca Lagunera, cuya principal ciudad es Torreón, Coahuila, ya que no sólo a nivel local es importante, sino en la actualidad es una de las provincias con mayor desarrollo dentro de algunos sectores de importancia como son: la agricultura y la industria, dentro de otra, dentro de otros más.

Como parte del desarrollo de la región, está el de los medios de comunicación. los que actualmente ocupan un lugar preponderante dentro de las diferentes actividades que se desarrollan en la Comarca en general.

Es por esta razón que este tema ocupa el siguiente capítulo que precisamente se titula " El Desarrollo de los Medios de Comunicación en la Comarca Lagunera".

La importancia que otorgamos al adelanto de los medios como parte del desarrollo de la Comarca parte de considerar a éstos fenómeno social, cuyas características influyen y son influidas por todo el desarrollo social, económico y político de la población.

Nos interesa particularmente, averiguar dentro de este desarrollo de los medios, cuál ha sido el uso que se les ha dado o cuál es la influencia que específicamente la televisión, como parte de estos medios, ha tenido y tiene en las formas de vida de la población de la ciudad de Torreón; análisis al que nos avocaremos en el tercer capítulo de esta investigación.

Después de investigar, entrevistar y preguntar a diferentes tipos de personas hemos encontrado, que hasta la actualidad no existe ningún documento que nos hable acerca del desarrollo de los medios de comunicación en la Comarca Lagunera; haciendo ésto nuestro estudio de investigación más difícil, para conseguir los datos necesarios para su elaboración, aunque por otro lado, esto le da una validez considerable, ya que será el primer escrito que trate de reunir todos los acontecimientos dentro de esta rama. Y para tal objetivo se ha entrevistado tanto a técnicos, locutores y demás personas que de alguna manera saben o guardan anécdotas y datos de mucha validez para esta recopilación sobre los medios.

El libro Historia de Torreón de Eduardo Guerra en la última página contiene una breve historia del periodismo en la Comarca Lagunera, la cual considero de importancia, como antecedentes del desarrollo de los medios de comunicación, así mismo en la obra titulada Estructura de Torreón del Licenciado Salvador Vizcaíno, se encontraron varias fechas importantes del periodismo escrito y algunos datos sobre las primeras radiodifusoras, que también se incluyen.

Serán estos dos los únicos documentos que nos amparen en la iniciación de los medios de comunicación, y en el desarrollo hasta la actualidad, se deriva de las pláticas como ya se dijo de las diferentes personas que gentilmente nos proporcionaron sus conocimientos para que esta investigación fuera posible.

"El último órgano periodístico que alcanzó vida hasta el -
 período de la Revolución, fué el escrito en lengua extranjera, "The
Torreón Enterprise", que fué suspendido hasta mil novecientos -
 trece. En enero de mil novecientos diez y siete, por disposición -
 del señor Espinoza Mireles, la Presidencia Municipal de Torreón -
 adquirió la imprenta en que se edito El Diario de la Laguna bajo
 la dirección del señor Noriega Bustillos, hasta octubre del mismo-
 año, en que por orden del Gobierno del Estado, se pusieron aquellos
 elementos tipográficos a disposición del señor Don Rosendo Guerra-
 ro, quien publicaba en San Pedro de las Colonias, el diario La --
Lucha. (16)

El primer medio de comunicación que apareció en la Comarca -
 Lagunera, bien establecido y que en la actualidad se sigue editando
 es el periódico La Opinión, que fue fundado el 27 de septiembre de
 1917 por el sr. Don Rosendo Guerrero Carlos, encontrándose actual -
 mente como Directora la Señorita. Velia Margarita Guerrero. Con un
 tiraje diario de 27,000 ejemplares, este diario circula principal -
 mente en la Comarca Lagunera, Cd. Juárez, Chihuahua, Delicias, Pa -
 rral, Zacatecas, Durango, Monterrey, Los Angeles California en Es -
 tados Unidos y la Ciudad de México, las dimensiones del periódico
 son: 21 pulgadas de largo por 13.5 de ancho y para su impresión se
 utiliza el offset, actualmente cuenta con 4,000 suscriptores y se en
 cuentra ubicado en el Boulevard Independencia No 1492 Ote. en la
 ciudad de Torreón, siendo su principal fuente de ingresos la publi-
 cidad y la venta del periódico.

El 27 de febrero de 1922, fué fundado el periódico El Siglo de
Torreón por el Lic. Joaquín Moreno, en ese entonces el periódico se

llamaba El Siglo , pero 7 años después se le denominó El Siglo de Torreón y como director se encuentra hasta la fecha el sr. Antonio de Juambels, este diario tiene un tiraje actual de 36,000 ejemplares diarios y su circulación es principalmente regional o sea que abarca toda la Comarca Lagunera, así como los Estados de Coahuila, Zacatecas, Chihuahua y la Ciudad de México, el periódico tiene una medida de 8 columnas a lo ancho por 53 cm. de largo, y para su impresión se utiliza la fotomecánica, el periódico lleva como nombre El Siglo de Torreón debido a un homenaje a Francisco Zarco, ya que él tenía un periódico que se llamaba El Siglo; en el año de 1976 El Siglo de Torreón se hizo acreedor de un Premio Nacional de Periodismo, otorgado por la Presidencia de la República. Su principal fuente de ingresos es la venta de anuncios publicitarios y la venta del periódico, encontrándose ubicado en la Av. Matamoros 1056 Pte. de la Ciudad de Torreón.

En el año de 1927 en la Casa Eléctrica de Torreón, negociación ubicada en ese entonces entre la Av. Hidalgo y la Presidente Carranza por la calle Valdez Carrillo, un grupo de personas, entre ellas el alemán Germán Hedrich comenzaron a transmitir por radio, pero dicha difusora no se encontraba reglamentada .

En la Ciudad de Lerdo, Dgo., los dueños de la Cervacería Sabinas también comenzaban a transmitir, pero tampoco era algo continuo y no estaba reglamentada la transmisión.

El 25 de septiembre de 1931 comenzó a transmitir la emisora - XETB Radio Laguna, con 100 watts de potencia y como estación local de la Comarca Lagunera; algunos de los primeros locutores fueron: el sr. Roberto Arcaute, Miquel G. Salas Aguilera, Don Jesús Simen -

tal Campos y el electricista torreonense Jesús Berumen, dueño de la estación. Las dos últimas siglas de XETB o sea TB quieren decir Torreón Berumen.

En esta época el locutor era a la vez vendedor de publicidad y operador, había personas y grupos musicales que cantaban en vivo, - algunos de ellos eran: Las Hermanas Hernández, , Las Hermanas García, Julio Alemán y Vivi Hernández , todos ellos, gente de la Comarca Lagunera; los comerciales de la misma manera, eran en vivo, - no existían las grabaciones.

XETB Radio Laguna, actualmente pertenece al grupo OIR (Organización Impulsora de Radio) que es cadena nacional de la Ciudad de México. Debemos aclarar que la estación funciona como local, no es repetidora; aquí mismo se crean los programas y parte de la publicidad, así como la producción de la misma. Trabaja las 24 horas del día con locutor desde las siete de la mañana a las siete de la noche, las otras horas, de las siete de la noche a las siete de la mañana tiene grabaciones con operador en cabina. Tiene una frecuencia de 1,360 khz y 1,000watts de potencia, su principal fuente de ingresos es la venta de anuncios publicitarios; actualmente se encuentra ubicada en Eulogio Ortiz Pámanes en la Col. Ampliación Los Angeles. de la ciudad de Torreón.

En el año de 1938 comenzó a transmitir la XEBP, la cual se encontraba ubicada en la Av. Matamoros de la ciudad de Torreón y su dueño era el Ing. Alejandro Stevenson. Actualmente toman en cuenta como fecha de iniciación el 1º de enero de 1948 ya que están tomando en cuenta el ramo fiscal o sea que a partir de esta fecha empezaron a facturar y se convirtió en Sociedad Anónima ya que

perteneca al grupo Radio Rama, S.A. de cadena nacional de la Ciudad de México, aunque también aclaremos, es el mismo fenómeno que en la estación anterior se considera local ya que su programación y parte de su publicidad es local.

La XEBP mejor conocida como La Voz de la Laguna, tiene una frecuencia de 1450 khz con 1,000 watts de potencia, su principal fuente de ingresos es la venta de anuncios publicitarios y sólo esporádicamente transmite programas culturales o de orientación al campesino, cuenta con 16 horas con locutor al aire de la siete de la mañana a las 10 de la noche, las demás horas son grabadas y trabaja daspor operadores, ya que trabaja las 24 horas del día, actualmente se encuentra ubicada en la zona industrial de Gómez Palacio.

El 12 de diciembre de 1942 apareció en Torreón la XEON, conocida actualmente como La Rancherita. Uno de los primeros locutores es el sr. Félix Alonso Carrillo, quien actualmente continúa su oficio en esta misma radiodifusora con 37 años de servicio y primer cronista deportivo en la Comarca Lagunera, especializado en base ball. También eran locutores en ese entonces el sr. Ponce de León y Adrián Djeda, actualmente esta difusora pertenece al grupo ACIR (Asociación de Concesionarios Independientes de Radio) que es también una cadena nacional de la Ciudad de México, pero que también está considerada de la Comarca Lagunera, no es repetidora, es el mismo caso que las anteriores, tiene una frecuencia de 600 khz y 1,000 watts de potencia y sólo trabaja de la seis de la mañana a las 23 horas, toda su programación es con locutor en cabina, no hay grabaciones, su principal fuente de ingresos es la publicidad comercial y actual

mente se encuentra ubicada en la Av. Matamoros 655 Pte. de la ciudad de Torreón.

El 15 de mayo de 1952 se inauguró la radio difusora XEOB, que más tarde se convertiría en la XETAA, actualmente conocida como Radio Exitos y perteneciente al grupo OIR de la misma manera que la XETB, que ya mencionamos anteriormente y que tiene las mismas características por pertenecer a este grupo, su frecuencia es de 920 khz con 1,000 watts de potencia, trabaja las 24 horas del día y tiene locutor en vivo desde las siete de la mañana a las nueve de la noche, las demás horas son con grabaciones y operador en cabina, su principal fuente de ingresos es la venta de publicidad y se encuentra ubicada donde mismo que la XETB, Radio Laguna.

El 5 de agosto de 1954 fue fundado el periódico La Epoca por Don José González Cantú, con un tiraje de 1,000 ejemplares diarios, actualmente se encuentra ubicado en la ciudad de Gómez Palacio en el Blvd. Alemán y Calle Santiago Papasquiaro y cuenta con un tiraje de 8,000 periódicos diarios, circula principalmente en la Comarca Lagunera y se envían algunos ejemplares a San Francisco California y a San Antonio Texas de los Estados Unidos, así como a la Ciudad de México, en el Estado de Coahuila y Durango; su formato es de 8 columnas de ancho por 52 cm de largo y su impresión es de offset, no cuenta con suscriptores debido a que no tiene repartidores y sólo se hacen 29 entregas directas a los estancillos de periódicos, por correo, se envían unos 500 ó 600 periódicos más, los lunes el periódico no sale, no se imprime, sólo de martes a domingo, ya que el domingo no trabajan; se le llamó La Epoca al periódico por otro periódico que así se llamaba y se editaba en Michoacán. Su princi -

pal fuente de ingresos es la venta de publicidad comercial y la venta del periódico.

En 1955 en diciembre, salió por primera vez al aire la XEBF + fundada en la Ciudad de San Pedro, Coahuila; actualmente sigue trabajando en ese lugar; la BF más conocida como Radio Amistad, se encuentra integrada al grupo ACIR con las mismas características de la XEDN por pertenecer al mismo grupo, cuenta con una frecuencia de 1,140 khz y una potencia de 1,000 watts , en esta difusora se trabaja de las siete de la mañana a las 19 horas, toda su programación es con locutor en cabina, su principal fuente de ingresos es la venta de publicidad comercial y se encuentra ubicada en la ciudad de San Pedro, Coahuila.

El 31 de agosto de 1956 se fundó la XETJ, actualmente conocida como Canal 57 tiene una frecuencia de 570 khz y una potencia de 1,000 watts, esta difusora pertenece al Núcleo La Divertida Orgullosamente Lagunera, es local y su principal fuente de ingresos es la venta de publicidad comercial, toda su programación es con locutor en cabina y trabaja de las siete de la mañana a las 23 horas, existiendo un noticiero a las 10 A.M. y otro a las 11 A.M. con una duración de 10 minutos cada uno y cuenta además con un programa agropecuario semanal de media hora, actualmente se encuentra ubicado en Lerdo de Tejada 156 en Torreón.

En 1958 entró al aire el Canal 4 de Televisión XELN local completamente, en ese entonces no existía el video tape, eran kinescopios, los que transmitían con películas de 16 milímetros, se hacían programas de concurso, noticieros y narraciones de programas depor-

tivos, la programación se complementaba con material proveniente de la Ciudad de México. En esa época el Ing. Clemente Pérez Correa, hizo todas las instalaciones necesarias para que el canal funcionara; actualmente es el director de Telecomunicaciones en la Ciudad de México, existiendo como empresario el sr. Víctor Sirgo Palacios y el canal se encontraba afiliado a Telesistema Mexicano. Había una gran deficiencia técnica, sólo se contaba con un pequeño estudio, había pocos recursos en cuanto a cámaras, poco después se utilizó la cámara de video kon, la transmisión continuaba siendo en blanco y negro, contándose con tres locutores de cabina, continuistas, camarógrafos y operadores. Toda la gente era de la Comarca Lagunera y se adiestro sobre la marcha. No existía elemento humano especializado, algunos trabajadores se pasaron del radio a la televisión. Su director general era el Ing. José F. Ortiz y su gerente general el sr. - Don Víctor Sirgo Palacios.

Las máquinas de video tape aparecieron en el año de 1965 aproximadamente también las grabadoras y las reproductoras de videos todas estas máquinas y el material era de origen estadounidense y la creación de las microondas en este mismo año facilitó los enlaces de los canales locales con las transmisiones de la capital; en esa época toda la publicidad que se generaba se realizaba de una manera muy empírica, como lo era el proyectar transparencias, con la voz del locutor en vivo.

Actualmente el Canal 4 cuenta con una potencia de 1,000 watts y trabaja de las siete de la mañana a las 16 hrs. de la tarde con programación local, de las 16 hasta las 0.30 hrs. es repetidora del Canal 5 de la Ciudad de México y pertenece a Televisa, actualmente se encuentra como gerente a nivel local el sr. Juan Antonio Alvarez Melendez.

En 1961 comenzó a transmitir la XERS en la Ciudad de Gómez Palacio estación denominada actualmente La Divertida, tiene una frecuencia de 1380 khz con 5,000 watts de potencia, esta difusora al igual que la XETJ pertenece al Núcleo La Divertida Orgullosamente Lagunera, su principal fuente de ingresos es la venta publicitaria-comercial, toda su programación es con locutor en cabina y trabaja de las siete de la mañana a las 22 hrs. y se encuentra ubicada en la Av. Hidalgo 201 Nte. de Gómez Palacio.

Ese mismo año pero el 1º de mayo, comenzó a transmitir la XETC con música romántica e instrumental o sea la conocida como Radio - Mayrán y perteneciente al grupo de las Tres Favoritas; el fundador es el sr. Alonso Gómez Aguirre en sociedad con el Lic. Braulio Manuel Fernández Aguirre. Actualmente cuenta con 1,240 khz y 500 watts de potencia en el día y 250 por la noche; en esta difusora toda la programación es grabada, esto quiere decir que trabaja sin locutor en cabina, únicamente un operador vigila las máquinas y trabaja de las siete de la mañana a las 23 horas, su principal fuente de ingresos es la publicidad comercial y se encuentra ubicada en la Calle Cepeda entre la Av. Morelos e Hidalgo en la ciudad de Torreón.

En 1963 comenzó a funcionar la XEVK más conocida como Radio - Felicidad con una frecuencia de 1010 khz y 5,000watts de potencia, esta difusora trabaja de las seis de la mañana a las 24 horas de la noche, toda su programación es con locutor en cabina y su principal fuente de ingresos es la venta de publicidad comercial y pertenece al grupo ACIR igual que la DN y la BF con las mismas características.

En el año de 1964 se fundó la XEWN ahora Radio Variedades y - que pertenece al grupo OIR igual que la XETB y la XETAA; con las - mismas características por pertenecer a este grupo. Cuenta con una frecuencia de 1,270 khz y una potencia de 1,000 watts, su principal fuente de ingresos es la publicidad, esta radio-difusora trabaja de las seis de la mañana a las 24 horas de la noche, todo con locutor en cabina y la concesión pertenece a la Ciudad de Gómez Palacio, Dgo.

El 12 de mayo de 1964 apareció la XEGZ conocida como La Pante-
ra, esta difusora nació en la Ciudad de Lerdo, cuenta con una frecuencia de 790 khz y una potencia de 1,000 watts actualmente pertenece al grupo Radio Rama, S.A. igual que la XEOP y trabaja las 24 - horas del día, 16 con locutor en cabina de las siete de la mañana a las 22 horas de la noche y actualmente se encuentra ubicada en la - zona industrial de la ciudad de Gómez Palacio, su principal fuente de ingresos es la venta de publicidad.

En 1965 se estableció en la Ciudad de Matamoros, Coahuila, la radio-difusora XETOR conocida como Radio Ranchito, esta difusora - pertenece al grupo OIR igual que la XETB, XETAA y XEWN con las mismas características y tiene una frecuencia de 670 khz y una potencia de 1,000 watts, su principal fuente de ingresos es la publicidad comercial, esta estación trabaja de las cinco de la mañana a -- las siete de la tarde, toda su programación con locutor en cabina, además transmite diariamente un programa de orientación agropecuaria denominado México Lindo y Querido con una duración de una hora, de las cinco a las seis de la mañana y es conducido por el sr. locutor Don Antonio Dávila Díaz con asesoría de la Secretaría de Agricultura y Recursos Hidráulicos (SARH).

El 8 de mayo de 1967 se fundó el Canal 2 Local de Televisión, comenzó a transmitir en color y su concesionario es el Ing. José Manuel Acosta. En sus primeros años estuvo rentado a telecadena y se transmitía el canal 8 de México, también fué repetidora del canal 5 de la Ciudad de México y perteneciente a Televisa, más tarde se encadenó con el Canal 13 de México y a mediados del año de 1978 se quedó completamente independiente. Actualmente transmite 62 horas semanales con 5,000 watts de potencia, transmitiendo a 110 kilómetros a la redonda y trabaja de las 14:00 a las 23:30 horas, actualmente se encuentra ubicado en la Av. Hidalgo 629 Pte. de la ciudad de Torreón. Su gerente general actual es el Ing. Juan Grasmillo.

En octubre de 1968 comenzó a transmitir en la Comarca Lagunera el Canal 11 de Televisión de la Ciudad de México XEW y en la ciudad de Torreón es XHO, entre los primeros programas que transmitió estuvieron las Olimpiadas de la Ciudad de México. Ya que este canal es completamente repetidor del Canal 2 de México y que pertenece a Televisa, toda su programación y publicidad es completamente de México, no tiene ninguna hora local y su principal fuente de ingresos es la publicidad comercial a nivel capitalino, actualmente su gerente es el sr. Víctor Sirgo Palacios en la Comarca Lagunera.

En 1971 apareció la XEYO radiodifusora conocida como Radio Ambiente, que cuenta con una frecuencia de 1,410 khz y una potencia de 1,000 watts y pertenece al núcleo La Divertida Orgullosamente Lagunera igual que la XERS y la XETJ, su principal fuente de ingresos es la venta de publicidad y trabaja de las siete de la mañana a las 20 horas y toda su programación es con locutor en cabina, y su dueño y gerente es el sr. Fernando Valenzuela Cisneros.

El 16 de diciembre de 1974 se fundó el cuarto periódico en la Comarca Lagunera, este periódico se llama Noticias, y apareció por primera vez a la venta el 13 de mayo de 1975, comenzó con un tiraje de 5,000 ejemplares diarios y como formato tiene 36 cm de ancho por 57 cms. de largo y su impresión es a base de offset, actualmente - existen 6,000 suscriptores y se encuentra ubicado en el Blvd. Constitución y Javier Mina de la ciudad de Torreón, circula principal - mente en la Comarca Lagunera, llegando también a los estados de -- Chihuahua, Durango, Zacatecas y Coahuila; varias personas en socie - dad son los dueños del periódico, entre ellos se encuentran el sr. Sergio Berlanga, Lic. José María Iduñate, Don Jorge Dueñas Zurita, Ing. Antonio Dueñas Zurita, Don Juan González Dueñez, Eduardo Eli - zalde Escobedo e Ing. Luis Fco. Portilla Fernández, actualmente - este diarios cuenta con un tiraje de 15,000 ejemplares diarios.

El 5 de diciembre de 1975 se fundó la XHPE-FM conocida como - Estéreo Laguna, siendo ésta la primera FM en la Comarca Lagunera - con una frecuencia de 97.1 mhz, esta difusora pertenece al grupo de las Tres Favoritas igual que la XETC, la programación es completa - mente grabada y funciona automáticamente no se necesita operador, sólo una persona que vigile las máquinas, esta radio trabaja de las siete de la mañana a las 23 horas y se encuentra ubicada en la Av. Morelos y Valdez Carrillo, en el Edificio Monterrey despacho 306, de la ciudad de Torreón.

El 25 de abril hizo su aparición en la ciudad de Torreón, - Telecable de La Laguna. Telecable sólo existe ahora en zonas resi - denciales y algunas partes del centro de la ciudad por su cercanía a sus instalaciones de la empresa, actualmente cuenta con 2,700 sus - criptores y transmite cuatro canales distintos que son: el 4 de -

México y que pertenece a Televisa y se transmite diferido, el 7 y - 12 de San Antonio Texas de los Estado Unidos por medio de la televi- sora de Eagle Pass, Texas, que es la frontera más cercana a la ciu- dad de Torreón y que colinda con el Estado de Coahuila por medio de la Ciudad de Piedras Negras, Coahuila, con una distancia de 550 ki- lómetros por carretera.

El canal 8 es Exclusivo de Telecable y transmite solamente pe- lículas americanas con subtítulos en español, el 75% de la progra- mación es americana, los canales americanos que transmite no tienen traducción, los programas son el idioma inglés, y el 25 % restante de la programación es mexicana; los dueños de esta empresa son va- rios socios de la Comarca Lagunera y no se encuentran afiliados a Cablevisión de la Ciudad de México: su principal fuente de ingre- sos es la mensualidad de sus suscriptores, esta empresa se encuen- tra ubicada en la Av. Matamoros de la Ciudad de Torreón.

El 10 de junio de 1979 se creó XHIF-FM denominada Estéreo 95 y segunda FM en la Comarca Lagunera, pertenece al grupo Las Tres Favoritas igual que XETC y XHPE-FM, su principal fuente de ingresos es la venta de comerciales publicitarios, esta difusora cuenta con- 95.5 mhz y trabaja de la siete de mañana a las 24 horas de la noche y se encuentra ubicada actualmente en la Av. Hidalgo en el Edificio San Jorge Desp. 316 de la ciudad de Torreón.

El 5 de febrero de 1980 se fundó el periódico El Sol de la La- guna, perteneciente a la famosa cadena de los soles (Organización Editorial Mexicana), su director es el sr. Daniel Ramos Nava y cuen-

ta con un tiraje de 6,000 ejemplares diarios, la circulación es principalmente en la Comarca Lagunera abarcando los Estados de Durango y Coahuila. Su formato es de 8 columnas de ancho por 53 cms de altura, y su impresión es offset, actualmente cuenta con 2,000 suscriptores y su principal fuente de ingresos es la publicidad comercial. Se encuentra ubicado en la calle de Centenario No. 136 de la ciudad de Gómez Palacio. Uno de sus problemas más grandes es que el periódico se manda imprimir a la ciudad de Durango, ya que no cuenta con la maquinaria para realizarlo en la región, y esto provoca que las noticias que se generan después de que el periódico se envió a imprimir, sean difíciles de incluir o simplemente no salgan publicadas.

El 15 de mayo de 1980 se creó en la Comarca Lagunera el periódico Vanguardia, con un tiraje de 7,000 ejemplares diarios, que circula principalmente en la Comarca Lagunera abarcando también los Estados de Durango y Coahuila, su formato es de 8 columnas de ancho por 53 cms de largo, el tipo de su impresión es offset y se encuentra ubicado en la Av. Matamoros 1018 Pte. de la ciudad de Torreón. Pertenece al grupo de Editora Coahuila de la ciudad de Saltillo, Coahuila, donde se fundó el primer Vanguardia hace cinco años, en 1975, a nivel local. Su director es el sr. Oscar Medrano Sánchez y la gerente general la Señorita. Norma Olivares, éste periódico tiene el mismo problema que el periódico anterior ya que actualmente no cuenta con las máquinas necesarias para imprimirse en la región, motivo por el cual se envía a la ciudad de Saltillo a imprimirse, dificultándose su realización.

El 26 de junio de 1981 se inauguró la transmisión del Canal 13 de Televisión, repetidora en la Comarca Lagunera la cual se encuen-

tra ubicada en la ciudad de Gómez Palacio con una potencia de diez mil watts alcanzando a cubrir un radio de cien kilómetros a la redonda.

Es importante dentro de este capítulo dedicado al desarrollo de los medios de comunicación en la Comarca Lagunera el mencionar que actualmente existe un sindicato que abarca a la radio y a la televisión.

STIAT: Sindicato de Trabajadores de la Industria de la Radiodifusión, Televisión, similares y Conoxos de la República Mexicana, a nivel local se fundó en el año de 1953, en ese entonces sólo una difusora se encontraba dentro de este sindicato; la XSEP, y lo conformaban 12 elementos, el líder sindical era el profesor Aurelio -- Cueto Nicanor. Ya han pasado 28 años y han existido varios líderes más, el actual líder sindical es además Secretario General en el Estado de Coahuila; el sr. Miquel Salas Páez, que cuenta con 12 años de labor. Actualmente el sindicato cuenta con 125 miembros que son los que forman la Sección Torreón, y además en la ciudad de Torreón todos los centros de trabajo de la radio y la televisión están controlados por el STIAT, Sindicato más fuerte de la Industria en todo el país.

Las categorías de los afiliados a este sindicato son las siguientes:

- 1.- Locutores
- 2.- Relatores de noticias
- 3.- Reporteros
- 4.- Cronistas deportivos
- 5.- Narradores.
- 6.- Animadores

- 7.- Operadores de Consola
- 8.- Operadores de grabadoras
- 9.- Operadores de Planta Transmisora
- 10.-Oficial de mantenimiento
- 11.-Vigilantes de Planta
- 12.-Veladores
- 13.-Programadores
- 14.-Contratistas
- 15.-Oficinistas
- 16.-Telefonistas
- 17.-Recepcionistas
- 18.-Cobradores
- 19.-Misceláneos

Para poder hablar por radio y televisión, conducir un programa, grabar comerciales, comentar noticias, relatar deportes, reportear, es necesario ser locutor; y para poder ser locutor se requiere de - presentar un examen en la Universidad Pedagógica de la Ciudad de - México. Los requisitos que dicha Universidad exige son: acta de na- cimiento, comprobar el nivel escolar, ya sea certificado de secunda - ria o certificado de preparatoria, una carta de alguna radiodifusora o televisora donde conste que se hará cargo y será responsable de - las prácticas del aspirante a locutor.

El examen consiste en tres fases, la primera de ellas es un -- examen escrito de 100 preguntas de cultura general; la segunda, es - un examen oral que consiste en leer unas noticias, un comercial, con la debida entonación, y una improvisación de cinco minutos; y una - tercera fase es el examen de idiomas, este sólo consiste en saber - pronunciar correctamente las palabras de origen extranjero.

Existen dos tipos de categorías dentro de las licencias para locutor, la tipo A y la tipo B, la diferencia es que las personas que tienen licencia tipo A tienen su preparatoria terminada y los de tipo B, sólo tienen la secundaria terminada.

Dentro de la capacitación , el sindicato está dando la facilidad de iniciar o terminar la preparación básica como lo es la primaria y la secundaria a sus miembros y ésto lo hace a través de un convenio con la Secretaría de Educación Pública, de esta manera son 25 personas las que se encuentran inscritas para estos cursos de capacitación.

2.2. Agencias de Publicidad

Dentro de este capítulo incluimos la lista de las agencias de publicidad que existen en la Comarca Lagunera las cuales se han desarrollado debido a los diferentes medios de comunicación, con que cuenta la región. Esta lista se encuentra escrita cronológicamente de acuerdo a su fecha de aparición.

La primera agencia de publicidad apareció en el año de 1955 y su nombre es Norte Publicidad, S. A. Se encuentra ubicada en la Av. Matamoros 1529 Pte. de la ciudad de Torreón y su publicista es el sr. Joaquín García Cruz. En 1955 ya existían, de acuerdo a nuestra lista de cronología de los medios de comunicación, tres periódicos y cuatro estaciones de radio y ningún canal de televisión.

La segunda agencia apareció en 1956. Lleva por nombre Organizaciones Modelo y se encuentra ubicada en la Calzada Colón 455 Sur de la ciudad de Torreón y su publicista es el sr. Armando Navarro Gascón. Para este año ya habían nacido dos estaciones más de radio pero aún no aparecían las de televisión.

La tercera agencia en aparecer es Promociones Acevedo en el año de 1958. Se encuentra ubicada en la Calle Galeana 320 Sur de la ciudad de Torreón siendo su publicista el sr. Manuel Acevedo. Nació en este mismo año el primer canal de televisión, el Canal 4 - XELN, a nivel local.

En el año de 1965 apareció la agencia de publicidad que ocupa el cuarto lugar y esta es Publicidad Vilalta; se encuentra ubicada también en la ciudad de Torreón y su publicista es el sr. Alejandro Vilalta. Para este año el desarrollo de los medios era de gran

consideración , existiendo ya 3 periódicos, 12 estaciones de radio y una estación de televisión.

En el año de 1969 apareció S M V Publicidad, la cual se encuentra ubicada en la Av. Allende 1260 Pte. de la ciudad de Torreón y su publicista es el sr. Sergio Martínez Valdéz, contándose para este año con dos canales de televisión más en la región.

En diciembre de 1971 apareció Publicidad Y Promoción ubicada en la ciudad de Torreón, su publicista es el Lic. Fernando González.

En 1972 apareció como agencia González Martínez Publicidad la cual se encuentra ubicada en la Av. Hidalgo 1270 Pte. en la ciudad de Torreón.

Arte Publicidad Directa es el nombre de la octava agencia que apareció en Torreón, en el año de 1976 y su publicista es el Lic. Ricardo Wong. Se encuentra ubicada en la Av. Matamoros 1122 Pte., Para este año había ya tres canales de televisión, cuatro periódicos y 15 radiodifusoras.

En 1977 Torreón cuenta con otra agencia de publicidad, ésta es: Grupo Imagen, su publicista es el Lic. Guillermo Santibañez y se encuentra ubicada en la Calle de Pedro Franco Ugarte 1173 de la ciudad de Torreón.

En 1979 se creó Visión Efecto Publicitario, la cual también se encuentra ubicada en la ciudad de Torreón y sus publicistas son los señores José Salazar Hernández y Sergio Castellanos.

En 1980 se creó Promotora Publicitaria del publicista sr. - Manuel Chávez Gómez. Se encuentra ubicada en la Av. Matamoros 818 - Pte. de la ciudad de Torreón. Para 1980 Torreón ya contaba con:- - 3 canales de televisión, un telecable, 6 periódicos y 15 estaciones de radio.

Otra agencia es Herrera Arce Publicidad con domicilio en la - Av. Morelos 835 de Torreón y su publicista es el Lic. José Luis - - Herrera.

Fuera de la ciudad de Torreón hay otra agencia, siendo esta - Loni Publicidad, ubicada en la Calle de Tlaxcala 177 bis Sur, en - Gómez Palacio, Dgo. y su publicista es el sr. Francisco Flores.

Se observa después de haber mencionado a las agencias y la fecha de su fundación, que conforme los medios de comunicación aumentan, las agencias de publicidad de la misma manera aumentaron, esto habla no sólo del desarrollo de los medios y las agencias, sino del podercreativo de los publicistas y la competencia del mercado por - vender, por saturar los espacios publicitarios tanto de la radio - como de la televisión y de los periódicos.

En total, en la Comarca Lagunera existen: 1 telecable, 4 canales de televisión, 6 periódicos y 15 radiodifusoras, que se encuentran afiliadas a diferentes grupos o cadenas de red nacional. (ver cuadro No 5). Y estos medios de comunicación cuentan con 13 agencias de publicidad que generan ventas locales, más la publicidad de las redes nacionales de la Ciudad de México.

CUADRO Nº 5

GRUPO OIR (Organización Impulsora de Radio).

XETB Radio Laguna.
 XETAA Radio Exitos.
 XETOR Radio Ranchito.
 XEWN Radio Variedades.

GRUPO ACIR (Asociación de Consecionarios Independientes de Radio)

XEDN La Rancherita.
 XEBF Radio Amistad.
 XEVK Radio Felicidad.

NUCLEO LA DIVERTIDA ORGULLOSAMENTE LAGUNERA.

XETJ CANAL 57
 XERS La Divertida.
 XEYD Radio Ambiente.

GRUPO LAS TRES FAVORITAS.

XETC Radio Mayrán.
 XHPE-FM Estereo Laguna
 XHMP-FM Estereo 95.

GRUPO RADIO RAMA S.A.

XEBP La Voz de la Laguna.
 XEGZ La Pantera.

TELEVISA.

XHGC Canal 5 - XELN - Canal 4 Local Repetidor.
 WEW Canal 2 - XHO - Canal 11 Local Repetidor.

ORGANIZACION EDITORIAL MEXICANA.

Periódico "El Sol de La Laguna".

CAPITULO III

"Impacto de la Televisión en la Población"

INTERNATIONAL RESEARCH ASSOCIATES, S.A. DE C.V.

EL VIDEOMETRO DE HOGARES Y PERSONAS

TORREON, COAHUILA, GOMEZ PALACIO,
LERDO, DURANGO

DEL 12 AL 18 DE MARZO, 1981.

DATOS GENERALES.

A) EL UNIVERSO

1)	POBLACION	577,000
2)	NUMERO DE HOGARES	105,000
3)	POR CIENTO DE TELE-HOGARES	96.1%
4)	NUMERO ABSOLUTO DE TELE-HOGARES	101,000

B) LA MUESTRA

1)	NUMERO TOTAL DE HOGARES ENTREVISTADOS	11,209
2)	NUMERO DE HOGARES ENTREVISTADOS SIN TELEVISION	436
3)	NUMERO TOTAL DE TELE-HOGARES ENTREVISTADOS	10,773
4)	NUMERO TOTAL DE TELE-HOGARES ENTREVISTADOS CON TELEVISORES ENCENDIDOS	3,783
5)	NUMERO TOTAL DE TELE-HOGARES ENTREVISTADOS CON TELEVISORES APAGADOS	6,990

NOTA: Referencia de los Canales en Torreón, Coah.

CANAL 2 (Local) Se enlaza con canal 13 de México en distintos horarios.

CANAL 4 (Local hasta las 16:00 horas) se enlaza con canal 5 hasta
cierre de canal.

CANAL 11 (2 D.F.)

* POBLACION PROYECTADA A 1981, EN BASE A DATOS PROPORCIONADOS
POR LA SECRETARIA DE PROGRAMACION Y PRESUPUESTO.

INTERNATIONAL RESEARCH ASSOCIATES, S.A. DE C.V.

EL VIDEOMETRO DE HOGARES Y PERSONAS

TORREON, COAHUILA, GOMEZ PALACIO,
LERDO, DURANGO

DEL 23 AL 29 DE MARZO DE 1981.

ESTIMADO DEL NUMERO DE PERSONAS EN TELE-HOGARES EN CADA SEGMENTO DEMOGRAFICO DE
EDAD y/O SEXO

		<u>Valor Estimado por Punto de Rating</u>
a)	Niños (14 años o menos)	1,830
b)	Jóvenes (15 a 24 años)	1,420
c)	Hombres (25 años o más)	1,100
d)	Mujeres (25 años o más)	1,190
e)	Total de Personas	5,540

ESTIMADO DE PERSONAS POR SEGMENTO DEMOGRAFICO, NIVEL SOCIO-ECONOMICO SEXO Y/O EDAD

A/B/C

a)	Niños (14 años o menos)	460
b)	Jóvenes (15 a 24 años)	460
c)	Hombres (25 años o más)	400
d)	Mujeres (25 años o más)	440

D

a)	Niños (14 años o menos)	1,370
b)	Jóvenes (15 a 24 años)	960
c)	Hombres (25 años o más)	700
d)	Mujeres (25 años o más)	750

International Research Associates, S.A. de C.V.

INTERNATIONAL RESEARCH ASSOCIATES, S.A. DE C.V.

EL RADIOMETRO DE HOGARES Y PERSONAS

TORREON, COAH., LERDO Y GOMEZ PALACIO, DURANGO

MAYO, 1981.

DATOS GENERALES

INRA DIVIDE LA CIUDAD DE TORREON, COAH., EN 2,970 MANZANAS QUE INCLUYEN CASI TODAS LAS ZONAS URBANIZADAS DE LA CIUDAD. SE DEFINE EL UNIVERSO USANDO LOS MAPAS MAS RECIENTES QUE HEMOS PODIDO OBTENER. LAS MANZANAS QUE ALEATORIAMENTE SE ESCOGEN PARA LA MUESTRA SON 42 DOBLES. ESTAS MANZANAS SIRVEN COMO PUNTOS-DE PARTIDA PARA EXTENDER UNA RUTA EN UNA DE OCHO DIRECCIONES POSIBLES. EL ENTREVISTANTE NO TIENE OPCION A CAMBIAR RUTAS Y HOGARES A MENOS QUE ENCUENTRE UNA PROMOCION INTENSA.

A) EL UNIVERSO

1)	POBLACION TOTAL	577,000*
2)	NUMERO DE HOGARES	105,000
3)	POR CIENTO DE RADIO-HOGARES	98.3%
4)	NUMERO ABSOLUTO DE RADIO-HOGARES	104,000
5)	NUMERO ESTIMADO DE RADIO-HOGARES POR PUNTO DE RATING.	1,040

B) LA MUESTRA

1)	NUMERO TOTAL DE RADIO-HOGARES ENTREVISTADOS	2,620
2)	NUMERO TOTAL DE RADIO-HOGARES ENTREVISTADOS SIN RADIO	45
3)	NUMERO TOTAL DE RADIO-HOGARES ENTREVISTADOS	2,575
4)	NUMERO TOTAL DE RADIO-HOGARES ENTREVISTADOS CON RADIOS ENCENDIDOS	631
5)	NUMERO TOTAL DE RADIO-HOGARES ENTREVISTADOS CON RADIOS APAGADOS	1,944

* POBLACION PROYECTADA A 1981 EN BASE A DATOS PROPORCIONADOS POR LA SECRETARIA DE PROGRAMACION Y PRESUPUESTO.

International Research Associates, S.A. de C.V.

INTERNATIONAL RESEARCH ASSOCIATES, S.A. DE C.V.

EL RADIOMETRO DE HOGARES Y PERSONAS

TORREON, COAH., LERDO Y GOMEZ PALACIO, DURANGO

MAYO, 1981.

ESTIMADO DEL NUMERO DE PERSONAS EN RADIO-HOGARES EN CADA SEGMENTO DEMOGRAFICO DE EDAD Y/O SEXO

		<u>Valor Estimado por Punto de Rating</u>
a)	Niños (14 años o menos)	2,060
b)	Jóvenes (15 a 19 años)	820
c)	Hombres (20 años o más)	1,290
d)	Mujeres (20 años o más)	1,500
e)	Total de Personas	5,670

ESTIMADO DEL NUMERO DE PERSONAS POR SEGMENTO DEMOGRAFICO, NIVEL SOCIO-ECONOMICO SEXO Y/O EDAD

A/B/C

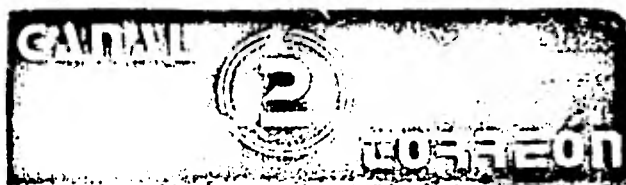
a)	Niños (14 años o menos)	100,000	1,000
b)	Jóvenes (15 a 19 años)	45,000	450
c)	Hombres (20 años o más)	71,000	710
d)	Mujeres (20 años o más)	84,000	840

D

a)	Niños (14 años o más)	106,000	1,060
b)	Jóvenes (15 a 19 años)	37,000	370
c)	Hombres (20 años o más)	58,000	580
d)	Mujeres (20 años o más)	66,000	660

International Research Associates, S.A. de C.V.

Programación televisiva del
lunes 20 de julio de 1981.



LUNES 20 DE JULIO DE 1981.

X. H. I. A.

14:00 EL PERIQUILLO SARNIENTO: Telenovela.
14:30 LA SEMILLA DE LA VIDA.— Nutrición e Higiene.
15:00 CURSO DE COSTURA.— Didáctico.
15:30 MIS MARCIANOS FAVORITOS.— Mi Vecino Favorito.
16:00 EL HOMBRE INCREIBLE.— Aventuras.
17:00 TARDE DE CINE PRESENTA: MERCADO NEGRO.
Olga Zubarry y Santiago Gómez.
18:30 HECHIZADA.— Comedia.
19:00 PALOMA.— Telenovela.
20:00 DANIELA.— Telenovela.
21:00 PELICULA: "LA CALLE ESCARLATA".
23:00 ULTIMA HORA.— Con la más reciente información de la
Comarca Lagunera y de los Estados de Coahuila y Duran-
go.

ESTA PROGRAMACION ESTA SUJETA
A CAMBIOS DE ULTIMA HORA..

telecable de
la laguna, s.a.

PROGRAMACION PARA EL LUNES 20
DE JULIO DE 1981..

11:00 7 FAT ALBERT
11:30 7 DRAK PACK
12:00 7 JASON OF STAR COMMAND
12:30 7 PINK PANTHER
13:00 7 ALICE
13:30 7 ONE DAY AT A TIME
14:00 6 EL CLUB DEL HOGAR
7 THREE'S COMPANY
15:00 6 PELICULA: RIFIFI ENTRE LAS MUJERES
7 ALL MY CHILDREN
16:00 7 SANFORD AND SON
9 THE YOUNG AND THE RESTLESS
16:30 7 BUGS BUNNY
17:00 6 CAPACITACION AGROPECUARIA
7 BONANZA
17:30 6 PELICULA: LOS HERMANOS DIABLO
18:00 7 FUNITIME
9 SEARCH FOR TOMORROW
18:30 7 LOS PICAPIEDRA
9 GUIDING LIGHT
19:00 6 TELENOVELA: LA SONRISA DEL DIABLO
7 LOS LOCOS ADAMS
19:30 6 TELENOVELA: UN GRITO EN LA OSCURIDAD
7 TOM Y JERRY
9 JOKER'S WILD
20:00 7 FAMILY FEUD
9 MOVIE: "WIVES LOVERS"
20:30 6 EL AMOR TIENE CARA DE MUJER
7 PM MAGAZINE
21:00 7 WELCOME BACK KOTTER
21:30 6 PALOMA
7 M.A.S.H.
22:00 7 MOVIE: "WHITE LINE FEVER"
8 "DE SU PROPIA SANGRE" JOHN WAYNE (SUB-
TITULOS)
9 WKRP IN CINCINNATI
22:30 6 BRINDIS TAURINO
9 TIM CONWAY
23:00 6 PELICULA
9 M.A.S.H.
23:30 9 HOUSE CALLS
8:00 9 LOU GRANT

CANAL 4

X. E. L. N.

JULIO 20 DE 1981..

7:00 EL CLUB DE VITA UVA
8:00 NOTICIERO "HOY EN LA NOTICIA"
9:00 CINEMA DEL CUATRO
10:30 TELENOVELA "EL HONORABLE SR. VALDEZ"
11:00 LA FAMILIA DEL CUATRO
12:00 EL PROGRAMA DE SALVADOR PULIDO FLORES
13:30 NOTICIERO "HOY EN LA NOTICIA"
14:00 TELENOVELA "MARIA TERESA"
15:00 TELENOVELA "EL MILAGRO DE VIVIR"
16:00 JANA DE LA SELVA
16:30 LA PANTERA ROSA
17:00 LA HORMIGA ATOMICA
17:30 ANTEÑA CINCO
18:00 ESPECIAL "TENIS ABIERTO DE BOSTON"
20:00 LA MUJER MARAVILLA
21:00 ESPECIAL "MISS UNIVERSO"
23:00 BARNABY JONES
8:00 EN CONTACTO DIRECTO
8:30 DESPEDIDA DE LA TRANSMISION

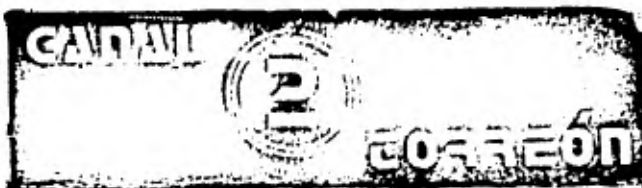
X. H. O.

CANAL 11

7:00 HOY MISMO
11:00 LA MUJER, AHORA
12:30 EL CLUB DE LA TELEVISION
13:00 CATEDRA UNIVERSITARIA
14:00 24 HORAS
14:30 VIDA Y VOZ
15:00 ALEGRIA DE MEDIODIA
15:45 TELENOVELA "EL HIJO DE ANGELA MARIA"
16:15 TELENOVELA "NOSTRAS LAS MUJERES"
16:45 TELENOVELA "ESPEJISMO"
17:15 TELENOVELA "JUEGOS DEL OESTINO"
17:45 TELENOVELA "SOLEDAZ"
18:15 TELENOVELA "MUNDO DE JUGUETE"
18:45 TELENOVELA "QUIEREME SIEMPRE"
19:15 CANTINFLAS
19:30 EL CONCURSO DE LA TELEVISION
20:00 CHESPIRITO
21:00 TELENOVELA "EXTRAÑOS CAMINDS DEL AMOR"
21:30 24 HORAS
22:30 NOCHE A NOCHE
23:00 TELENOVELA "EL HOGAR QUE YO ROBE"
23:30 VIDA Y VOZ
24:00 PELICULA "CUENTO DE LOS NUNUNDAGA"
1:30 DESPEDIDA DE LA CADENA

NOTA: Estas Programaciones Están Sujetas a Cambios de Ul-
tima Hora..

Programación televisiva del
martes 14 de julio de 1981.



X. H. I. A.

MARTES 14 DE JULIO DE 1981.-

- 14:00 EL PERIQUILLO SARNIENTO.— Telenovela.
14:30 CAMINITO.— Infantil.
15:30 LOS HEROES DE HOGAN.— El Mayor Bonaceni.
16:00 EL TUNEL DEL TIEMPO.— Fantasma de Nerón.
17:00 TARDE DE CINE PRESENTA: TU VIDA ENTRE MIS
MANOS con Esther Fernández y Armando Calvo.
18:30 MI BELLA GENIO.— Mamá visita a Tony.
19:00 PALOMA.— Telenovela.
20:00 DANIELA.— Telenovela.
21:00 LOE PIONEROS.— El Muchacho Indio.
22:00 MISION IMPOSIBLE.— El Proyectil. I Parte.
23:00 ULTIMA HORA.— Con la más reciente información de la
Comarca Lagunera de los Estados de Coahuila y Durango.

ESTA PROGRAMACION ESTA SUJETA
A CAMBIOS DE ULTIMA HORA.-

telecable de
la laguna, s.a.

PROGRAMACION PARA EL MARTES 14
DE JULIO DE 1981.-

- 11:00 7 ESPECIAL DE CARICATURAS
14:00 6 EL CLUB DEL HOGAR
7 THREE'S COMPANY
15:00 6 PELICULA: LADRONZUELA
7 ALL MY CHILDREN
9 THE PRICE IS RIGHT
16:00 7 SANFORD AND SON
9 THE YOUNG AND THE RESTLESS
16:30 6 BUGS BUNNY
17:00 6 CAPACITACION AGROPECUARIA
7 BONANZA
9 AS THE WORLD TURNS
17:30 6 SPECIAL: VOLIBOL
18:00 7 LOS LOCOS A OAMS
9 SEARCH FOR TOMORROW
18:30 7 TOM Y JERRY
9 GUIDING LIGHT
19:00 6 LA SONRISA DEL DIABLO
7 WELCOME BACK KOTTER
19:30 6 POBRE CLARA
7 M.A.S.H.
9 JOKER'S WILD
20:00 7 FAMILY FEUD
9 MOVIE: "THE FIRST TRAVELING SALESLADY"
20:30 6 EL AMOR TIENE CARA DE MUJER
7 PM MAGAZINE
21:00 7 HAPPY DAYS
21:30 6 PALOMA
7 LAVERNE AND SHIRLEY
22:00 7 THREE'S COMPANY
8 "HARRY Y TONTO" (SUB-TITULOS)
9 WALTER CRONKITE'S UNIVERSE
22:30 6 PELICULA
7 TOO CLOSE FOR CONFORT
9 FLO
23:00 7 HART TO HART
9 MOVIE: "SOME KIND OF MIRACLES"

PROGRAMACION SUJETA A
CAMBIOS DE ULTIMA HORA.-

CANAL 4

X. E. L. N.

JULIO 14 DE 1981.-

- 7:00 EL CLUB DE VITA UVA
8:00 NOTICIERO "HOY EN LA NOTICIA"
9:00 CINEMA DEL CUATRO
10:30 TELENOVELA "EL HONORABLE SR. VALDEZ"
11:00 LA FAMILIA DEL CUATRO
12:00 EL PROGRAMA DE SALVADOR PULIDO FLORES
12:25 NUESTRO TIEMPO CON EL LIC. HUMBERTO RIVAS
13:30 NOTICIERO "HOY EN LA NOTICIA"
14:00 TELENOVELA "MARIA TERESA"
15:00 TELENOVELA "EL MILAORO DE VIVIR"
16:00 BUFFORT
16:30 EL DUENDE MANDIBULIN
17:00 EL INSPECTOR ARDILLA
17:30 LOS PICAPIEORA
18:00 MISTERIO A LA OROEN
18:30 LOS SUPER GLOBER TROTTER'S
19:00 EL PAJARO LOCO
19:30 ANTENA CINCO
20:00 DISNEYLANDIA
21:00 QUINCY
22:00 BARETTA
23:00 LAS CALLES DE SAN FRANCISCO
24:00 EN CONTACTO DIRECTO
0:30 DESPEDIDA DE LA CAENA

CANAL 11 X. H. O.

- 7:00 HOY MISMO
11:00 LA MUJER, AHORA
12:30 EL CLUB DE LA TELEVISION
13:00 CATEDRA UNIVERSITARIA
14:00 24 HORAS
14:30 VIDA Y VOZ
15:00 ALEGRIA DE MEOIODIA
15:45 TELENOVELA "EL HIJO DE ANGELA MARIA"
16:15 TELENOVELA "NOSOTRAS... LAS MUJERES"
16:45 TELENOVELA "ESPEJISMO"
17:15 TELENOVELA "JUEGOS DEL OESTINO"
17:45 TELENOVELA "SOLEDAD"
18:15 TELENOVELA "MUNDO DE JUGUETE"
18:45 TELENOVELA "QUIEREME SIEMPRE"
19:15 CANTINFLAS
19:30 CARAS Y GESTOS
20:00 EL SHOW DE EDUARDO II
21:00 TELENOVELA "EXTRAÑOS CAMINOS DEL AMOR"
21:30 24 HORAS
22:30 NOCHE A NOCHE
23:00 TELENOVELA "EL HOGAR QUE YO ROBE"
23:30 VIDA Y VOZ
24:00 PELICULA "VIAJEROS EN EL TIEMPO"
1:30 DESPEIDA DE LA TRANSMISION

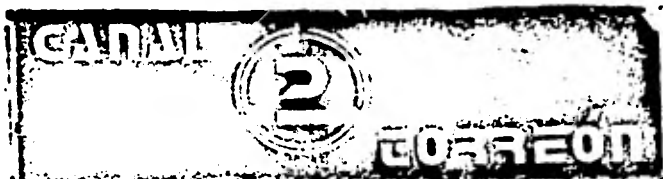
NOTA: Estas Programaciones Están Sujetas a Cambios de Ul-
tima Hora.-

CANAL 13

MARTES 14 DE JULIO.-

- 6:30 CAPACITACION AGROPECUARIA.
7:00 LAS NOTICIAS DE ESTA MAÑANA.
7:30 COTORREANDO LA NOTICIA.
8:00 CONTINUA NOTICARIO.
9:00 RESUMEN DE NOTICIAS.
9:15 GIMNASIA.
9:30 CANTO, CUENTO Y COLOR.
10:00 HISTORIA DE LAS COSAS.
10:30 PELICULA MOTIN EN EL FUERTE SHARP. (OESTE)
11:00 TODO ES GANANCIA. CONCURSO. ANGEL FERNAN-
DEZ.
12:30 DOCTOR MISTERIO.
13:00 MUSICA DE MEDIO DIA.
13:30 1ª EDICION. NOTICIAS.
14:00 POESIA. LUIS RUIZ.
14:30 MARQUESINA.
15:00 CAMINITO.
16:00 MAKO.
16:30 DUENOE BUBULIN.
17:00 EL NIÑO Y EL ELEFANTE.
17:30 LA CASA DE LOS MUCHACHOS.
18:00 LOS SULLIVANS.
18:30 LA COMEDIA HUMANA.
19:00 ANOREA CELESTE.
19:30 APLAUSOS. MUSICAL.
20:00 FERIAS DE MEXICO.
20:30 PROGRAMA ESPECIAL.
21:00 EL VIEJO.
22:00 SIETE DIAS.
23:10 COTORREANDO LA NOTICIA.
0:30 AL CIERRE.
1:00 PELICULA. LA FOSA Y EL PENDULO TERROR.

Programación televisiva del
miércoles 15 de julio de 1981.



MIÉRCOLES 15 DE JULIO DE 1981

X.H.I.A. TV. CANAL 2

- 14:00 EL PERIQUILLO SARMIENTO.- Telenovela.
14:30 CAMINITO.- Infantil.
15:30 GASPARI.- El deseo de Wendy.
16:00 COSMOS 1999.- Hacia la Tierra.
17:00 TARDE DE CINE PRESENTA: "EL AS DE DIOS".
Con Manuel Capetillo y Flor Silvestre.
18:30 LA ISLA DE GILLIGAN.- Comedia.
19:00 PALOMA.- Telenovela.
20:00 DANIELA.- Telenovela.
21:00 CINEMA INTERNACIONAL PRESENTA: "HOMBRES
VIOLENTOS".
23:00 ULTIMA HORA.- Con la más reciente información de la
Comarca Lagunera y de los Estados de Coahuila y Duran-
go.

ESTA PROGRAMACION ESTA SUJETA
A CAMBIOS DE ULTIMA HORA.

telecable de
la laguna, s.a.

PROGRAMACION PARA EL MIÉRCOLES 15 DE JULIO DE
1981.

- 11:007 FESTIVAL DE CARICATURAS.
12:007 BONANZA.
13:007 WELCOME BACK KOTTER.
13:307 M.A.S.H.
14:006 EL CLUB DEL HOGAR.
7 THREE'S COMPANY
15:006 PELICULA: LOS DOCE MALDITOS.
7 ALL MY CHILDREN.
9 THE PRICE IS RIGHT.
16:007 SANFORD AND SON
9 THE YOUNG AND THE RESTLESS.
16:307 BUGS BUNNY.
17:006 CAPACITACION AGROPECUARIA
7 BONANZA
9 AS THE WORLD TURNS.
17:306 SPECIAL: VOLIBOL
18:007 FUNITIME.
9 SEARCH FOR TOMORROW.
18:307 LOS PICAPIEDRA.
9:00 GUIDING LIGHT
19:006 LA SONRISA DEL DIABLO.
7 WELCOME BACK KOTTER.
19:306 POBRE CLARA.
7 M.A.S.H.
9 JOKER'S WILD.
20:007 FAMILY FEUD.
9 MOVIE: "TOP SECRET AFFAIR"
20:306 EL AMOR TIENE CARA DE MUJER.
7 P.M. MAGAZINE.
21:007 CHARLIE'S ANGELS.
21:306 PALOMA.
22:007 MOVIE: "WHIT LINE FEVER".
8 "EL CLAN DE LA MUERTE" JACK PALANCE (sub-
titulos).
9 MOVIE: "THE PIRATE".
22:306 PELICULA.

PROGRAMACION SUJETA A CAMBIOS DE ULTIMA HORA.

CANAL 4

- 7:00 EL CLUB DE VITA UVA.
8:00 NOTICIERO "HOY EN LA NOTICIA".
9:00 CINEMA DEL CUATRO.
10:30 TELENOVELA "EL HONORABLE SR. VALDEZ".
11:00 LA FAMILIA DEL CUATRO.
12:00 EL PROGRAMA DE SALVADOR PULIDO FLORES.
13:30 NOTICIERO "HOY EN LA NOTICIA".
14:00 TELENOVELA "MARIA TERESA".
15:00 TELENOVELA "EL MILAGRO DE VIVIR".
16:00 GOOZILLA.
16:30 LA PANTERA ROSA.
17:00 LOS CUATRO FANTASTICOS.
17:30 LOS PICAPIEDRA.
18:00 LOS SUPER AMIGOS.
18:30 POPEYE.
19:00 EL HOMBRE ARARA.
19:30 ANTENA CINCO.
20:00 INTRIGA MISTERIOSA.
21:00 HOMBRE DE BLANCO.
22:00 PELICULA "EL COMANDANTE".
24:00 EN CONTACTO DIRECTO.
6:30 DESPEDIDA DE LA TRANSMISION.

CANAL 11

- 7:00 HOY MISMO.
11:00 LA MUJER AHORA.
12:30 EL CLUB DE LA TELEVISION.
13:00 CATEDRA UNIVERSITARIA.
14:00 24 HORAS.
14:30 VIDA Y VOZ.
15:00 ALEGRIA DE MEDIODIA.
15:45 TELENOVELA "EL HIJO DE ANGELA MARIA".
16:15 TELENOVELA "NOSOTRAS ... LAS MUJERES".
16:45 TELENOVELA "ESPEJISMO".
17:15 TELENOVELA "JUEGOS DEL DESTINO".
17:45 TELENOVELA "SOLEDA".
18:15 TELENOVELA "MUNDO DE JUGUETE".
18:45 TELENOVELA "QUIEREME SIEMPRE".
19:15 CANTINFLAS.
19:30 COMPLICADISIMO.
20:00 MIS HUESPEDES.
21:00 TELENOVELA "EXTRAÑOS CAMINOS DEL AMOR".
21:30 24 HORAS.
22:30 NOCHE A NOCHE.
23:00 TELENOVELA "EL HOGAR QUE YO ROBE".
24:00 PELICULA "SANGRE DE VALIENTES".
1:30 DESPEDIDA DE LA CADENA.

NOTA: ESTAS PROGRAMACIONES ESTAN SUJETAS A
CAMBIOS DE ULTIMA HORA.

CANAL 13

- 6:30 CAPACITACION AGROPECUARIA.
7:00 LAS NOTICIAS DE ESTA MAÑANA
8:00 CONTINUA EL NOTICIERO
9:05 RESUMEN DE NOTICIAS.
9:15 GIMNASIA. VERA CAVLAVSKA.
9:30 CANTO. CUENTO Y COLOR.
10:00 EL OFICIO DE SER MUJER.
11:00 TODO ES GANANCIA.
12:00 FABRICA DE SUEÑOS.
12:30 COTORREANDO LA NOTICIA.
1:30 1ª. EDICION. NOTICARIO.
2:00 OIR Y PENSAR.
2:30 MARQUESINA. REPORTAJES Y ENTREVISTAS.
3:00 CAMINITO.
4:00 CANDY, CANOY. DIBUJOS ANIMADOS.
4:30 EL DUENDE BUBULIN.
5:00 EL NIÑO Y EL ELEFANTE.
5:30 LA CASA DE LOS MUCHACHOS.
6:00 LOS SULLIVANS. TELENOVELA.
6:30 LA COMEDIA HUMANA. TELENOVELA.
7:00 ANDREA CELESTE. TELENOVELA.
8:00 LA HORA DE BELLAS ARTES.
9:00 FUERA DE SERIE. LUIS SPOTA.
10:00 NOTICARIO.
11:10 COTORREANDO LA NOTICIA.
11:30 EL MUNDO EN GUERRA.
12:30 AL CIERRE.
1:00 PELICULA.
2:45 HISTORIA DE LA CANCION. PEPE JARA.

ESTA PROGRAMACION ESTA SUJETA A CAMBIOS DE
ULTIMA HORA.

Programación televisiva del
Jueves 16 de julio de 1981.



X. H. I. A.

JUEVES 16 DE JULIO DE 1981.-

- 14:00 EL PERIQUILLO SARNIENTO.— Telenovela.
14:30 CAMINITO.— Infantil.
15:30 EL LLAMADO DEL OESTE.— Muerte en el Desierto.
16:00 EL HOMBRE DE LA ATLANTIDA.— Aventuras.
17:00 TARDE DE CINE PRESENTA: "MISERICORDIA" con Sara García y Angel Garza.
18:30 UNA CHICA CON ALGO ESPECIAL.— Se Nos ha Perdido Una Gallina.
19:00 PALOMA.— Telenovela.
20:00 DANIELA.— Telenovela.
21:00 KUNG FU.— El Pistolero.
22:00 CAZADOR DE CRIMINALES.— Policiaca.
23:00 ULTIMA HORA.— Con la más reciente información de la Comarca Lagunera y de los Estados de Coahuila y Durango.

ESTA PROGRAMACION ESTA SUJETA
A CAMBIOS DE ULTIMA HORA.-

telecable de
la laguna, s.a.

PROGRAMACION PARA EL JUEVES 16
DE JULIO DE 1981.-

- 11:007 FUNITIME
11:307 LOS PICAPIEDRA
12:007 LOS LOCOS ADAMS
12:307 TOM Y JERRY
13:007 BONANZA
14:006 EL CLUB DEL HOGAR
7 THREE'S COMPANY
15:006 PELICULA: RAFFLES
7 ALL MY CHILDREN
9 THE PRICE IS RIGHT
16:007 SANFORD AND SON
9 THE YOUNG AND THE RESTLESS
16:307 BUGS BUNNY
17:006 CAPACITACION AGROPECUARIA
7 LOS PICAPIEDRA
9 AS THE WORLD TURNS
17:306 SPECIAL: VOLIBOL
18:007 FUNITIME
9 SEARCH FOR TOMORROW
18:307 LOS PICAPIEDRA
9 GUIDING LIGHT
19:006 LA SONRISA DEL DIABLO
7 WELCOME BACK KOTTER
19:306 POBRE CLARA
7 M.A.S.H.
9 JOKER'S WILD
20:007 FAMILY FEUD
9 MOVIE: "RIDE BEYOND VENGEANCE"
20:306 EL AMOR TIENE CARA DE MUJER
7 PM MAGAZINE
21:007 MORK AND MINDY
21:306 PALOMA
7 BOSOM BUDDIES
22:007 BARNEY MILLER
9 "LA ULTIMA LOCURA DE MEL BROOKS" MEL
BROOKS
9 BATTLESTAR GALACTICA
22:306 PELICULA
7 TAXI
23:007 28/70 NEWSMAGAZINE
9 MAGNUM P.I.
0:009 KNOTSLANDING

PROGRAMACION SUJETA A
CAMBIOS DE ULTIMA HORA.-

CANAL 4

X. E. L. N.

JULIO 16 DE 1981.-

- 7:00 EL CLUB DE VITA UVA
8:00 NOTICIERO "HOY EN LA NOTICIA"
9:00 CINEMA DEL CUATRO PRESENTA: "PELICULA INFANTIL"
10:30 TELENUEVA "EL HONORABLE SR. VALDEZ"
11:00 LA FAMILIA DEL CUATRO
12:00 EL PROGRAMA DE SALVADOR PULIDO FLORES
13:25 NUESTRO TIEMPO CON EL LIC. HUMBERTO RIVAS
13:30 NOTICIERO "HOY EN LA NOTICIA"
14:00 TELENUEVA "MARIA TERESA"
15:00 TELENUEVA "EL MILAGRO DE VIVIR"
16:00 BATMAN
16:30 LOS OSOS MAÑOSOS
17:00 TIERRA MISTERIOSA
17:30 PICAPIEDRA
18:00 MISTERIO A LA ORDEN
18:30 SEÑORITA COMETA
19:00 EL PAJARO LOCO
19:30 ANTENA CINCO
20:00 LOS DUQUES DE HAZZARD
21:00 LOS ANGELES DE CHARLIE
22:00 S.W.A.T.
23:00 CANNON
24:00 EN CONTACTO DIRECTO
0:30 DESPEDIDA DE LA CADENA

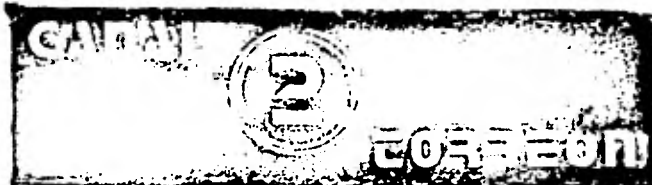
CANAL 11

X. H. O.

- 7:00 HOY MISMO
11:00 LA MUJER, AHORA
12:30 EL CLUB DE LA TELEVISION
13:00 CATEDRA UNIVERSITARIA
14:00 24 HORAS
14:30 VIDA Y VOZ
15:00 ALEGRIA DE MEDIODIA
15:45 TELENUEVA "EL HIJO DE ANGELA MARIA"
16:15 TELENUEVA "NOSOTRAS... LAS MUJERES"
16:45 TELENUEVA "ESPEJISMO"
17:15 TELENUEVA "JUEGOS DEL DESTINO"
17:45 TELENUEVA "SOLEDAD"
18:15 TELENUEVA "MUNDO DE JUGUETE"
18:45 TELENUEVA "QUIEREME SIEMPRE"
19:15 CANTINFLAS
19:30 CARAS Y GESTOS
20:00 HOGAR, DULCE HOGAR
20:30 LA CARABINA DE AMBROSIO
21:00 TELENUEVA "EXTRAÑOS CAMINOS DEL AMOR"
21:30 24 HORAS
22:30 NOCHE A NOCHE
23:00 TELENUEVA "EL HOGAR QUE YO ROBE"
23:30 VIDA Y VOZ
24:00 PELICULA "LAS BESTIAS ANDAN SUeltas"
1:30 DESPEDIDA DE LA CADENA

NOTA: Estas Programaciones Están Sujetas a Cambios de Última Hora.-

Programación televisiva del
viernes 17 de julio de 1981.



X. H. I. A.

- 14:00 EL PERIQUILLO SARNIENTO.— Telenovela.
14:30 CAMINITO.— Infantil.
15:30 LOS LOCOS ADAMS.— Una Típica Familia Americana.
Re-Estreno.
16:00 Hechizada.— Comedia.
16:30 JUAN SIN MIEDO.— Teleteatro Infantil.
17:00 TARDE DE CINE PRESENTA: LA LIGA DE LAS CANCIONES. CON MAPY CORTES Y RAMON ARMENGOO.
18:30 FLIPPER.— Peligro.
19:00 PALOMA.— Telenovela.
20:00 DANIELA.— Telenovela.
21:00 LA LEY DEL REVOLVER.— Aventuras.
22:00 DALLAS.— Por Amor e por Dinero.
23:00 ULTIMA HORA.— Con la más reciente información de la Comarca Lagunera y de los Estados de Coahuila y Durango.

ESTA PROGRAMACION ESTA SUJETA
A CAMBIOS DE ULTIMA HORA.

telecable de la laguna, s.a.

TELECABLE DE LA LAGUNA, S. A.
PROGRAMACION PARA EL VIERNES
17 DE JULIO DE 1981.

- 11:00 LOS LOCOS ADAMS.
11:30 TOM Y JERRY.
12:00 BONANZA.
13:00 WELCOME BACK KOTTER.
13:30 M. A. S. H.
14:00 EL CLUB DEL HOGAR.
7 THREE'S COMPANY.
15:00 PELICULA: EL PODER SATANICO.
7 ALL MY CHILDREN.
9 THE PRICE IS RIGHT
16:00 SANFORD AND SON.
9 THE YOUNG AND THE RESTLESS.
16:30 BUGS BUNNY.
17:00 CAPACITACION AGROPECUARIA.
7 BONANZA.
9 AS THE WORLD TURNS.
17:30 PELICULA: CONTIGO EN LA OISTANCIA.
18:00 FUNTIME.
9 SEARCH FOR TOMORROW.
18:30 LOS PICAPIEDRA.
9 GUIDING LIGHT.
19:00 LA SONRISA OEL OIABLO.
7 WELCOME BACK KOTTER.
19:30 TELENOVELA: UNGRITO EN LA OBSCURIDAD.
7 M. A. S. H.
9 LA PANTERA ROSA.
20:00 FAMILY FEUD.
9 MOVIE: "24 HOUR TO KILL".
8 "THE MAIN EVENT" BARBRA STREISAND (IN-
GLES).
20:30 EL AMOR TIENE CARA DE MUJER.
7 PM. MAGAZINE.
21:00 BENSON.
21:30 PALOMA.
7 I'M A BIG GIRL NOW.
22:00 MOVIE: "ROBIN AND MARIAN".
8 "MAS ALLA DE LA MEDIA NOCHE" JAMES CAAN
(ESTRENO), (C).
9 THE OUKES OF HAZZARD.
22:30 PELICULA.
23:00 DALLAS.
0:00 WKRP IN CINCINNATI.

PROGRAMACION SUJETA A CAMBIOS
DE ULTIMA HORA.

CANAL 4

X. E. L. N.
TV. CANAL 4.

Julio 17 de 1981.

- 7:00 EL CLUB DE VITA UVA.
8:00 NOTICIERO "HOY EN LA NOTICIA".
9:00 CINEMA DEL CUATRO.
10:30 TELENOVELA "EL HONORABLE SR. VALDEZ".
11:00 LA FAMILIA DEL CUATRO.
12:00 EL PROGRAMA DE SALVADOR PULIDO FLORES.
13:30 NOTICIERO "HOY EN LA NOTICIA".
14:00 TELENOVELA "MARIA TERESA".
15:00 TELENOVELA "EL MILAGRO DE VIVIR".
16:00 MERRY MELODIES.
16:30 LA PANTERA ROSA.
17:00 CAPITAN CAVERNICOLO.
17:30 LOS PICAPIEDRA.
18:00 METEORO ROBIN HOOD.
18:30 LA CARRERA ESPACIAL DE YOGUI.
19:00 EL HOMBRE ARANA.
19:30 ANTENA CINCO.
20:00 GRIZZLY ADAMS.
21:00 MONTECARLO.
22:00 CINCO MISTERIO PRESENTA: "ENGAÑO POR PAR-
TIDA DOBLE".
24:00 EN CONTACTO DIRECTO.
0:30 LOS INTOCABLES.
1:30 OESPEIOIA DE LA TRANSMISION.

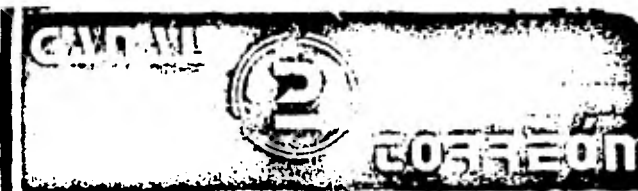
CANAL 11

X. H. O.
T. V. CANAL 11

- 7:00 HOY MISMO.
11:00 LA MUJER AHORA.
12:30 EL CLUB DE LA TELEVISION.
13:00 CATEDRA UNIVERSITARIA.
14:00 24 HORAS.
14:30 VIDA Y VOZ.
15:00 ALEGRIA DE MEOIODIA.
15:45 TELENOVELA "EL HIJO DE ANGELA MARIA".
16:15 TELENOVELA "NOSOTRAS... LAS MUJERES".
16:45 TELENOVELA "ESPEJISMO".
17:15 TELENOVELA "JUEGOS DEL OESTINO".
17:45 TELENOVELA "SOLEDA".
18:15 TELENOVELA "MUNDO DE JUGUETE".
18:45 TELENOVELA "QUIEREME SIEMPRE".
19:15 CANTINFLAS.
19:30 MAS O MENOS.
20:00 MI SECRETARIA.
20:30 Y AHORA QUE.
21:00 TELENOVELA "EXTRAÑOS CAMINOS DEL AMOR".
21:30 24 HORAS.
22:30 NOCHE A NOCHE.
23:00 TELENOVELA "EL HOGAR QUE YO ROBE".
23:30 VIDA Y VOZ.
24:00 PELICULA: "LA FAMILIA JONES".
1:30 DESPEIOIA DE LA CADENA.

NOTA: ESTAS PROGRAMACIONES ESTAN SUJETAS A
CAMBIOS DE ULTIMA HORA.

Programación televisiva del
sábado 10 de julio de 1981.



SABADO 10 DE JULIO DE 1981.-

- 11:00 CARITA DE HUEVO Y SUS AMIGOS.— Concursos, Regalos y Sorpresas.
12:00 REHILETE.— Infantil.
13:00 GASPARI.— El Fantasma Amistoso
13:30 MI BELLA GENIO.— Comedia.
14:00 LA ISLA DE GILLIGAN.— Comedia.
14:30 MUSICA Y CANCIONES.— Asociación de Autores y Compositores.
15:30 T.V. CAPACITACION AGROPECUARIA.
16:00 JUAN SIN MIEDO.— Teatral Infantil.
16:30 LAS NOVÍAS.— Comedia.
17:30 INMORTALES DEL CINE NACIONAL PRESENTA: "HAMBRE NUESTRA DE CADA DIA" con Pedro Armendáriz y Rosita Quintana.
19:30 RESUMEN SEMANAL DE ULTIMA HORA.
20:00 ENSALADA DE LOCOS.— Cómico.
21:00 LOS POLIVOCES.— Cómico.
22:00 PATRULLA JUVENIL.— Un Tranquilo Fin de Semana.
23:00 LO MEJOR DE TARDE DE CINE PRESENTA: LOS AMORES DE MARIETA con Elvira Quintana y Gina Romand.

ESTA PROGRAMACION ESTA SUJETA
A CAMBIOS DE ULTIMA HORA.-

telecable de
la laguna, s.a.

PROGRAMACION PARA EL SABADO 10
DE JULIO DE 1981.-

- 9:00 7 "TARZAN AND LONE RANGERS"
10:00 7 POPEYE
11:00 7 TOM Y JERRY
11:30 7 WEEKEND SPECIAL
12:00 7 BUGS BUNNY
12:30 7 LOS LOCOS ADAMS
13:00 7 FUNITIME
13:30 7 TRAPPER JOHN M.D.
14:30 7 M. A. S. H.
6 PELICULA: EL HIJO DE HURACAN RAMIREZ
15:00 7 AMERICAN BANDSTAND
9 LUCHA LIBRE
16:00 7 MOVIE
9 JASON OF STAR COMMAND
16:30 6 PELICULA: CASI CASADOS
9 MOVIE: TO BE ANNOUNCED
17:45 7 MOVIE
18:00 6 TEATRO FANTASTICO
9 MOVIE: MA AND PA KETTLE
18:15 8 "LA MAS GRANDE HISTORIA JAMAS CONTADA" — CHARLTON HESTON
19:00 6 FORO DEL CONSUMIDOR
19:30 6 LA MALDICION DE NOSTRADAMUS
7 WIDE WORLD OF SPORTS
9 I LOVE LUCY
20:00 6 PELICULA: CANASTA DE CUENTOS MEXICANDS
9 WILD WILD WEST
21:00 7 WESTERN " OUTDOORSMAN
9 GALACTICA
21:30 7 SOLID GOLD
22:00 6 ESPACIO LIBRE
8 "AL MAESTRO CON CARIRO" — SIDNEY POITIER
(SUB-TITULOS)
9 "HEE HAW"
22:30 6 PROGRAMAS MEDICOS
7 MOVIE: APACHE UPRISING
23:00 6 FUTBOL INTERNACIONAL
9 LOUGRANT

PROGRAMACION SUJETA A CAMBIOS DE ULTIMA HORA.-

CANAL 4

- 8:00 NOTICIERO "HOY EN LA NOTICIA"
9:00 EL CLUB DE VITA UVA
10:00 SOBRE RUEDAS
10:30 LA FAMILIA DEL CUATRO
12:00 EL PROGRAMA DE SALVADOR PULIDO FLORES
13:30 NOTICIERO "HOY EN LA NOTICIA"
14:00 ESPECIALES DEL CUATRO
16:00 PROGRAMA ESPECIAL
16:45 FUTBOL
19:00 BOX INTERNACIONAL: "EDDIE MUSTAFA MO. HAMMED VS. MICHAEL SPINKS"
20:00 EXPECTACION
21:00 CONTRAESPIONAJE
22:00 PELICULA "JUZGADO Y CONVICTO"
24:00 SEMANARIO
0:45 BUTACA DE MEDIANOCHE
2:30 DESPEDIDA DE LA TRANSMISION

CANAL 11

X. H. O. T. V.

- 7:00 HOY MISMO
11:00 LA MUJER, AHORA
12:00 APRENDIENDO A COSER
12:30 EL CLUB DE LA TELEVISION
13:00 NUESTROS MAESTROS
14:00 SEMANARIO
14:30 INCREIBLE
15:00 SABA 2 EFECTIVOS
16:30 FORO LOCO
17:30 ESTELARES DEL SABADO PRESENTA: "IVAN"
19:30 EL MUNDO DE LUIS DE ALBA
20:00 EL SHOW DE MANUEL "LOCO" VALDEZ
21:00 PELICULA "ALGUIEN NOS QUIERE MATAR"
23:00 BOX
0:30 PELICULA "CREPUSCULO"
2:00 DESPEDIDA DE LA CADENA

NOTA: ESTAS PROGRAMACIONES ESTAN SUJETAS
A CAMBIOS DE ULTIMA HORA.-

CANAL 13

- 7:00 NOTICARIO.
7:15 DESAYUNANDO EN EL TRECE.- Noticias y Comentarios.
9:00 S.O.S. A LA CIUDAD Y LA BOLSA DE TRABAJO.
10:30 DEFENSOR DE OFICIO.
11:30 FOLCLORAMA.- Musical.
14:00 SOPA DE LETRAS.
15:00 EL JUICIO DE LOS DISCOS.- Critica Musical.
16:00 DESNUDO TOTAL.- Entrevistas.
16:30 LAS SIETE PUERTAS.- Charlas. Carlos Coccioli.
16:50 PROGRAMA ESPECIAL DE LA LIGUILLA DE FUTBOL PRIMERA DIVISION.
19:00 NOSTALGIA.- Recordando una época.
21:00 SIETE DIAS.- Noticiero. Joaquin Lopez Doriga.
22:00 PELICULA "TORA, TORA" — (Belica).
23:30 TRIBUNA PUBLICA.- Entrevistas. Luis G. Basurto y Sally de Peret.
0:30 AL CIERRE.- Noticiero.
1:00 FENOMENOS.- Pelicula de Terror.

ESTA PROGRAMACION ESTA SUJETA A CAMBIOS
DE ULTIMA HORA SIN PREVIO AVISO.-

Programación televisiva del
domingo 19 de julio de 1981.



X. H. I. A. T.V.

DOMINGO 19 DE JULIO DE 1981

- 12:30 ERASE QUE SE ERA.- Infantil.
13:30 EL SECRETO DE LOS ANIMALES.- Infantil.
14:00 CINE PERMANENCIA ESTELAR DEL DOMINGO:
"ALARIDO DE SANGRE", con Van Heflin y Tod Hunter.
15:45 NEVADA SMITH.- Steve McQueen y Karl Malden.
18:15 "HOMBRES VIOLENTOS".- Primera Función.
19:45 ALARIDO DE SANGRE.- Segunda Función.
21:30 RAICES.- Cap. 10 de la II Parte.
22:30 NEVADA SMITH.- Segunda Función.

ESTA PRDGRAMACION ESTA SUJETA A
CAMBIOS DE ULTIMA HORA.-

telecable de la laguna, s.a.

PROGRAMACION PARA EL DOMINGO 19
DE JULIO DE 1981.-

- 14:00 7 THE INCREDIBLE HULK
15:00 7 WKRP IN CINCINNATI
9 HAVE GUN WILL TRAVEL.- DOCUMENTAL
15:15 4 FUTBOL SOCCER
15:30 7 TIM CONWAY SHOW
16:00 7 WEEKENDSPECIAL
9 MOVIE: A FLEA IN HE EAL
16:30 7 BONANZA
17:30 6 IMPACTOS MUSICALES
7 MOVIE: THE PIRATE
18:00 6 ERASE QUE SE ERA
9 SPORTS WORLD
19:00 4 TROPIDANZA
19:30 7 THREE'S COMPANY
20:00 4 LOS POLIVOCES
9 60 MINUTOS
20:15 8 "EL MONSTRUO ESTA VIVO" (SUB-TITULOS)
20:30 7 MOVIE: 24 HOUR TO KILL
21:00 6 RE-ACCION
9 ARCHIE BUNKER'S PLACE
21:30 9 ONE OAY AT A TIME
22:00 6 PELICULA: ANIMAS TRUJANDO
8 LA FUGA DEL LOCO Y LA SUCIA
9 ALICE
22:30 7 MOVIE: BLACK BIRD
9 JEFFERSONS
23:00 9 TRAPPER JOHN M.D.

PROGRAMACION SUJETA A
CAMBIOS DE ULTIMA HORA.-

CANAL 4

JULIO 19 DE 1981

- 8:30 CRONICAS DE LA LAGUNA CON EL DR. MANUEL
TERAN LIRA
9:00 EL PROGRAMA DE SALVADOR PULIDO FLORES
11:00 PROGRAMA ESPECIAL
12:30 ESPECIAL "RUGBY"
16:00 ACCION
17:30 TORNEO ABIERTO DE TENIS DE BOSTDN
19:30 CONTINUA ACCION
20:00 GALACTICA
20:55 CINCO CINCO
21:00 CRUCERO OEL AMOR
22:00 EL GRAN EVENTO
24:00 TROPIDANZA
1:00 DESPEDIDA DE LA TRANSMISION

CANAL 11

X. H. O. T.V.

- 7:00 EN FAMILIA
9:00 ODISEA BURBUJAS
10:00 HOY MISMO
10:45 BOX INTERNACIONAL "PEDRO FLORES Vs. JIN
HWAN KIM"
11:45 FUTBOL
14:00 ROUND CERO
14:15 CONTINUA HOY MISMO
15:00 SIEMPRE EN DOMINGO
22:00 MOMENTOS ESTELARES
22:15 SESENTA MINUTOS
23:15 PARA GENTE GRANDE
0:15 PELICULA "PACTO DE SANGRE"
2:00 DESPEDIDA DE LA CADENA

NOTA: ESTAS PROGRAMACIONES ESTAN SUJETAS
A CAMBIOS DE ULTIMA HORA.-

CANAL 13

DOMINGO 19 DE JULIO DE 1981

- 7:00 COLMILLO.- Dibujos Animados.
8:00 EL HOMBRE PLASTICO.- Dibujos Animados.
8:30 REVISTA PESQUERA.
9:00 INFANTILISIMO.- Concurso.
12:00 FUTBOL OE PRIMERA DIVISION.
16:00 LOS MUPPETS.- Marionetas. Invitada: Raquel Welch.
16:30- DEPOR-TV.- El Ancho Mundo del Deporte.
20:00 SKAG.- Melodrama.
21:00 SIETE DIAS.- Noticario.
22:00 PELICULA "BREVE ENCUENTRO".
1:00 AL CIERRE.- Noticario.

PROGRAMACION SUJETA A CAMBIOS
DE ULTIMA HORA.-

3.1. Análisis de la Programación Televisiva.

En este capítulo se incluye el videómetro y radiómetro de personas y hogares, que se realizaron del 23 al 29 de marzo de 1981 -- por International Research Associates, S. A. de C. V. en la ciudad de Torreón Coahuila, Gómez Palacio y Lerdo Durango.

En este estudio se puede apreciar el universo de la población total y el número de tele-hogares y radio-hogares, así como la muestra de los entrevistados.

Se deduce de acuerdo a las hojas con número 55 y 57 que la mayoría de los televidentes y radioescuchas tienen 14 años o menos de edad, siguiéndole los jóvenes de 15 a 24 años y finalmente las personas mayores de 25 años.

Esto quiere decir, que el público más permeable a los mensajes tanto de la televisión como del radio son los niños, o sea el primer grupo que señalamos entre los 0 y 14 años de edad, esto se deja ver por la cantidad de personas y por coincidir en los estudios (el videómetro y radiómetro).

En la ciudad de Torreón, en relación con la educación, el equipamiento presenta un déficit de aulas en el nivel preescolar; entonces existe la opción de que si no se va a la escuela puedan ellos dedicarse a ver televisión, y además de no tener una orientación escolar, si una enajenación por los mensajes emitidos por la televisión.

En los niños, al ver la televisión, dice Ludovico Silva "operan los mensajes ocultos de un modo semejante al de los comics. En la infancia se forman todas las capas inconscientes y preconcientes del siquismo, y su material profundo está constituido por lo que -- llamaba Freud 'restos Mnémicos', que son restos de impresiones vi- suales y auditivas en una gran parte, absorbidas por todo el sis- tema sensitivo. Es en suma, un lenguaje que se sedimenta. Pero es- un lenguaje que contiene representaciones primitivas del mundo y de la sociedad" (17). Si en Torreón tenemos que el grupo de los niños- es el más numeroso como telespectador (ver hoja No 55) nos debemos- preguntar que se está aportando para la formación de estos torreo- nenses. El niño toma como "natural" todo lo que ve en la televisión, aceptando "la idea de que la raza blanca es la mejor, de que las -- agencias de inteligencia yanquis están allí para cuidar el orden en el planeta, de que los barbudos de verde oliva son peligrosos, en -- tanto que es 'normal' un individuo como El Fantasma, con overol y -- traje de baño en plena selva africana, de que en suma todo lo que -- viene de los Estados Unidos -- incluidas las drogas, el LSD y los -- marines- es como si viniera del cielo . Del mismo modo, en su in- consciente perdura la imagen del mundo como un gigantesco 'arsenal' de mercancías", (18) en la actualidad en la televisión es un refuer- zo del condicionamiento ideológico.

"La verdadera cultura es la que difunde la televisión pero es la cultura del mercado, del comercio; la cultura de la vulgaridad, de la manipulación de las conciencias, de la explotación subliminal de las necesidades humanas, de la alienación del consumo" (19)

(17). SILVA, Ludovico, Teoría y Práctica de la Ideología p 125

(18). IBID, p 126

(19). IBID, p 212

El segundo lugar lo ocupan los jóvenes de 15 a 24 años de edad pero en este caso sólo en el videómetro, ya que no coinciden con los del radiómetro. Esto quiere decir que ocupan el segundo lugar en permeabilidad en cuanto al videómetro.

Y el tercer lugar lo componen los hombres y las mujeres de 25 años o más edad. En la región se tiene también un déficit de espacios recreativos y deportivos, otra opción para que la gente en lugar de realizar un deporte o pasear, se disponga a ver televisión.

Para complementar la investigación se incluye un análisis de la programación televisiva en la Comarca Lagunera que abarca toda una semana, del martes 14 de julio de 1981 al lunes 20 del mismo mes y año.

El martes 14 contiene el canal 2 local, telecable de la Laguna, canal 4 y 11 repetidoras de televisa y el canal 13 recién inaugurado.

El miércoles 15 contiene la programación de los mismos canales que anteriormente se mencionaron.

El jueves 16 notamos que falta la programación del canal 13 debido a que no salió publicada en la prensa local de ese día; se desconocen los motivos.

En la programación del viernes 17 de julio, también vuelve a faltar la programación del canal 13; la programación del canal 2 local es del día 10 de julio de 1981, ya que tampoco apareció publica

da en la prensa el día 17, y para no dejar incompleta la programación de toda la semana se incluye la del viernes anterior.

En la programación del sábado 18 y domingo 19 encontramos que sí están todos los canales, sí se publicaron y aparecen completos.

Y, en la programación del lunes 20 vuelve a faltar la programación del canal 13.

Este estudio se avoca principalmente al análisis de la programación de los canales siguientes: canal 2 local XHIA, canal 4 XELN, y canal 11 XHO, repetidora de televisa, del 5 y del 2 de México respectivamente.

Al canal 13 no lo tomaremos en cuenta para los fines de esta tesis, ya que tiene pocos días de haberse inaugurado en la Comarca-Lagunera.

Telecable de la Laguna no se dejará de tomar en cuenta pues tiene características muy peculiares, pero no con la misma importancia del 2, 4 y 11, ya que Telecable va dirigido a una cierta clase social, debido a su costo, tipo de programación y a que en general es en idioma inglés además no existe el servicio en toda la ciudad. Pues aún tiene limitaciones para transmitir en todas direcciones.

Observemos que el canal 2 local, tiene 62 horas semanales de transmisión, 33 horas o sea el 50% de estas 62 son programas americanos con traducción en español, 5 horas más las ocupan con progra-

mación venezolana y las 24 horas restantes o sea el 35% son programas mexicanos.

De lunes a viernes, de las 14 hrs. a las 15:30 la programación es mexicana; de 15:30 a 17:00 hrs. es americana, estos dos horarios se identifican en cuanto a que su programación está dirigida a los niños y a los jóvenes. De las 17:00 a las 18:30 se proyectan películas nacionales para todo público; de las 18:30 a las 19:00 hrs. - las ocupan series americanas para jóvenes; de las 19:00 a las 20:00 hrs. exhiben una telecomedia mexicana; de las 20:00 a las 21:00hrs. una telenovela venezolana y de las 21:00 a las 23:00 hrs. se proyectan series americanas, algunas de ellas series policíacas; de las 23:00 hrs. un noticiero local.

Se deduce que el canal 2 local transmite para el mayor número de población, o sea a los niños, dos programas mexicanos con duración de una hora y media, de las 14:00 a las 15:30 hrs. y dos programas americanos de las 15:30 a las 17:00. Se debe tomar en cuenta, que en la televisión los espacios comerciales suben de valor conforme transcurre la tarde. Por lo tanto los programas americanos ocupan un horario mas vendible que el de las series mexicanas.

Los horarios siguientes los ocupan películas mexicanas de dos horas que se transmiten de lunes a viernes, en seguida se proyecta media hora de una serie americana para jóvenes y más tarde una telenovela mexicana con duración de una hora, otra hora con otra telenovela venezolana y el mejor horario de la televisión por sus ventas es de las 21:00 a las 23:00 hrs. y está ocupado por series americanas para jóvenes y mayores de edad, el 70% de los entrevistados - -

prefieren este horario ya sea porque trabajan o porque les gustan los programas que pasan a esas horas.

Esto comprueba que las series americanas en este canal a pesar de ocupar más del 50% en transmisión ocupan los horarios más estratégicos, vendibles y más vistos por todo tipo de personas; 3 horas diarias para niños, 4 horas para jóvenes especialmente y 6 para jóvenes y mayores de edad.

A esto hay que agregar la serie de comerciales de la misma manera distribuidos que los programas; analizando la continuidad del día miércoles 22 de julio de 1981, es fácil darse cuenta que de las 14:00 a las 16:00 hrs. sólo hay un comercial y de aquí en adelante se satura de publicidad de artículos innecesarios, vanales y superfluos (coca cola, sabritas, gansitos, etc) notamos que de las 21:00 hrs. en adelante abundan los comerciales de bebidas y cigarros.

En la programación sabatina del canal 2 se observa lo siguiente: de las 10:30 a las 13:30 hrs., está dedicado al público infantil, siendo las dos primeras horas de programas en vivo y la media hora restante de caricaturas americanas. De las 13:30 a las 14:30 se transmite un programa cultural local, siendo ocupada la siguiente hora por un programa musical para todo público; de las 15:30 a las 16:00 hrs. se proyecta un programa de orientación agropecuaria; durante la media hora siguiente tenemos un programa infantil; a las 16:30 hrs. se transmite un programa americano para jóvenes con duración de una hora; las dos horas siguientes tenemos películas mexicanas para todo público, para terminar la programación vespertina con un noticiero local con duración de media hora. De las 20:00 a las 23:00 hrs., o sea en el mejor horario de la televisión en ventas, se transmiten 2 series cómicas mexicanas y una policíaca ame-

ricana, y termina la transmisión con una película extranjera.

Se observa que este día se caracteriza por que la mayoría de los problemas son mexicanos, con 4 horas en programación para niños y 12 horas para jóvenes y mayores, otra peculiaridad es que este día se transmiten programas realizados en vivo en el estudio del canal.

Con un programa infantil mexicano de una hora de duración comienza este canal su programación dominical a las 12:30 hrs.; en seguida viene un documental sobre la vida de los animales, programa americano que tiene una duración de media hora. De las 14:00 a las 21:30 hrs. se transmiten películas americanas con subtítulos en español; seguidas por una serie americana en capítulos para terminar con una película americana. Podemos observar, de lo anteriormente dicho, que de las 14:00 a las 24:00 hrs. la programación, dedicada a jóvenes y adultos, es absolutamente americana. El domingo es uno de los días con mayor porcentaje de televidentes y el canal lo aprovecha transmitiendo un mayor número de horas en series y películas americanas.

El canal 4 de televisión, repetidor del 5 de México y que pertenece a Televisa, comienza su programación a las 7 de la mañana de lunes a viernes, los sábados desde las 8:00 A.M. y el domingo desde las 8:30. Terminando su programación a las 0.00 hrs. los martes, miércoles y jueves, los lunes hasta la 1:30, los viernes y domingos hasta la 1:00 y los sábados hasta la 1:30.

De las 7:00 de la mañana a las 4:00 de la tarde, de lunes a -
 sábados es transmisión local, esto quiere decir que esta programa -
 ción se genera en Torreón, Coahuila, y se comercializa en esa ciu -
 dad; en general la programación dentro de este horario está com -
 puesta por programas en vivo y se llevan a cabo con gente de la - -
 Comarca Lagunera, iniciando un programa para niños, conducido por -
 el payaso Vitauva con una duración de una hora; en seguida un noti -
 ciero dirigido por personas de la localidad y de las 9:00 a las - -
 10:30 una película cómica para niños; en seguida una serie mexicana,
 y a las 11:00 comienza una serie dirigida a la mujer, que se queda -
 en casa y no trabaja; de las 12:00 a las 13:30 programa de comenta -
 rios y noticias a nivel local. Le continúa un noticiero, en seguida
 dos telenovelas que se comercializan en la Comarca Lagunera y se
 encadena a las 16:00 hrs. con el canal 5 de México; el domingo se -
 encadena desde las 11:00 de la mañana.

Este análisis será más consciente a partir de que el canal se
 encadena o sea de las 14:00 hrs. en adelante, hasta su despedida.

Se observa que el canal 4, desde las 16:00 hrs. hasta su ter -
 minación, transmite 62 horas semanales de programación, de estas -
 62 horas, 52:30 minutos son series americanas y sólo 8 horas con -
 30 minutos son programas mexicanos, esto quiere decir que tenemos -
 casi el 90% de series americanas, y menos del 10% de series mexica -
 nas, se tiene que de las 16:00 hrs., 4 de la tarde a las 19:30, 7 y
 media de la noche de lunes a viernes se transmiten series americanas,
 estas consisten en caricaturas para niños y dentro de este mismo --
 horario sólo existen 30 minutos de programación mexicana que lo ocu -
 pa un noticiero; luego tenemos que de las 19:30 a las 20:00 horas -

hay un noticiero mexicano, en seguida de las 20:00 hasta las 24:00- horas, o sea; 4 horas más diarias de lunes a viernes las ocupan -- otras series americanas para jóvenes y personas mayores. Algunas -- son películas, otras, series policíacas o de entretenimiento, pero todas series americanas, y el lunes de las 0:00 hrs. a las 0:30 pasa otro noticiero mexicano, los martes, miércoles, jueves y viernes de las 24:00 a las 24:30 el mismo noticiero mexicano que pasa el -- lunes de las 0:00 a las 0:30 hrs. y el viernes se incluye después -- del noticiero una serie más pero también americana.

El sábado de las 4:00 P.M. a las 16:00 hrs. comienza con un -- programa americano, en seguida vienen dos horas de deporte mexicano, después una hora de deporte, pero esta serie es americana y de las 20:00 a las 24:00 hrs., o sea 4 horas de series y películas america- nas y finalmente el noticiero mexicano.

El domingo a las 4 de la tarde se transmite un programa mexica- no de deportes, se intercalan 2 horas de deporte con series ameri- canas de las 17:30 a las 19:30, a las 20:00 hrs. se transmite la con- tinuación del programa de deportes mexicano anterior al americano, -- y de las 20:30 a las 24:00 o sean 4 horas más con series americanas y sólo 5 minutos de noticiero mexicano que se dan a las 20:55 hasta las 21:00 hrs. y termina la proyección con un programa mexicano.

De esto se deduce que casi toda la tarde se ocupa con series -- americanas, y es el horario de los niños; si se toman en cuenta el- videómetro y radiómetro, estos nos dicen que es la población más -- grande numéricamente, y después, al comenzar la noche, o sea de las

20:00 horas hasta las 24:00 horas, son también series americanas, - pero éstas están dirigidas a los jóvenes y de acuerdo al horario es el más accesible ya sea para estudiantes como para trabajadoras, - porque normalmente se deja de trabajar a las 7 u 8 de la noche.

El canal 11 de televisión, repetidor del 2 de México y perteneciente a Televisa, comienza a transmitir toda la semana a partir de las siete de la mañana, hasta la 1:30 A.M. Ya que este canal es cadena, se dice que la repercusión es igual en cualquier ciudad o provincia de México, cosa que también pasa con el canal anterior, ya - que también es cadena nacional, y nuestro análisis se realiza a partir de las 16:00 horas igual que el 4 de México. Este canal es muy peculiar ya que se especializa en telenovelas, de las 4 de la tarde hasta su despedida abarca 9 horas de lunes a viernes y 3 horas diarias son telenovelas hechas en México, o sea, casi una tercera parte de la programación pertenece a estas series.

Algo que se quiere hacer notar es este estudio es el tipo de programación con que se cuenta en México. Como las famosas telenovelas; series en lo que más se ha especializado en cuanto a producción en televisión. Aquí sólo se mencionaron porque ocupan lugar dentro de la programación que estamos analizando y no queremos detenernos mucho por que nuestro objetivo es otro, nuestras limitaciones no nos lo permiten, incluso éste podría ser el título de otra investigación. Se quiere mencionar que estos programas tan abundantes, ocupan las horas de la tarde de las 4 a las 19:15 horas y posteriormente de las 21:00 horas a las 21:30 otra novela y a las 23:00 horas otra novela, esto con el fin de que no sólo las mujeres que se quedan por la tarde en casa vean estos programas sino que --

también , aquellos que trabajan alcancen sus novelas de las 21:00 ó de las 23:00 horas. Esta modalidad data de poco tiempo, porque antes sólo pasaban las telenovelas en la tarde. En la actualidad, - no sólo trabajan los hombres, sino que un número cada vez mayor de mujeres salen de sus hogares a laborar, por lo tanto esta modalidad ha sido bien acogida por este teleauditorio.

Ludovico Silva, en su libro Teoría y Práctica de la Ideología comenta que al realizarse estas telenovelas en México, se refleja - el subdesarrollo al que está destinado el país.

Las primeras horas de la noche las abarcan los programas de -- Cantinflas y programas o series mexicanas de concurso y de diver- sión pero que de alguna manera son copias de programas americanos.

Entre el horario de las dos últimas novelas o sea la de las -- 21:00 horas y la de las 23:00 horas, se intercala el noticiero de - Jacobo Zabłudowsky, 24 Horas y el programa Noche a Noche, programa- copiado del americano Increible. Y este canal finaliza de lunes a viernes con una película americana.

Lo importante del análisis de este canal 11 de televisión es - el resaltar que la mayoría de su programación es mexicana y su falla es el querer imitar los programas americanos y quererlos adaptar a los modos de vida en México, en cuanto que sólo se trata de crear programas vendibles con fines lucrativos en lugar de crear programas netamente nacionales.

Crear un programa netamente nacional, sería plasmar en el las

costumbres, tradiciones, proceso histórico, rasgos raciales (o físicos) de una nación, pretendiendo con ello preservar la identidad de ese país o tratar de llegar por medio de él aún ideal realizable.

En Torreón se observa que el fenómeno planteado por Ludovico-Silva, en su libro Teoría y Práctica de la Ideología, al decir que los "medios de comunicación que, instalados in situ, en los países subdesarrollados, fabriquen una cotidiana ilusión 'nacionalista' a través de una degradante vulgaridad temática que, por triste fortuna, no consigue disimular la presencia omnimoda, avasallante y grotesca de los mensajes calcados o reproducidos de la televisión norteamericana, lo que hace que de esto se den cuenta hasta los más -- hipnotizados". (20) Tiene un exacto cumplimiento.

La influencia de la cercanía de los Estados Unidos ha marcado un patrón, y la mayoría de los programas son copias de programas -- americanos, lo que hace pensar que falta gente preparada para realizar programas auténticamente mexicanos.

El análisis que se hace de Telecable es el siguiente: como ante riormente se había mencionado, el 75% de su programación es americana y el 25% mexicana, además tiene dos canales directos de los Estados Unidos el 7 y 12 de San Antonio, Texas, y esta programación es absolutamente en inglés, el canal 8 es exclusivo de Telecable y sólo pasan películas con sub-títulos en español, pero estas películas tam bien son americanas, y el canal 4 de México perteneciente a televisa.

A pesar de que Telecable llega a un pequeño pero importante nú clao de población no se tomará en cuenta para los fines de esta tesis ya que ella está basada en un sector más numeroso.

(20) SILVA, Ludovico, Teoría y Práctica de la Ideología, p 179

PROGRAMACION DEL CANAL

4

06:00	07:00	08:00	09:00	10:00	11:00	12:00	13:00	14:00	15:00		
SERIE AMERICANA.	SERIE AMERICANA.	SERIE AMERICANA.	NOTICIERO MEX.	DEPORTE AMERICANO.			SERIE AMERICANA.	ESPECIAL DE E.E. UU.		SERIE AMERICANA.	
			SERIE AMERICANA.	SERIE AMERICANA.	SERIE AMERICANA.	SERIE AMERICANA.		SERIE AMERICANA.	SERIE AMERICANA.	NOTICIERO MEX.	
			SERIE AMERICANA.	SERIE AMERICANA.	SERIE AMERICANA.	SERIE AMERICANA.		PELICULA AMERICANA.		NOTICIERO MEX.	
			NOTICIERO MEXICANO.	SERIE AMERICANA.	SERIE AMERICANA.	SERIE AMERICANA.		SERIE AMERICANA.	NOTICIERO MEX.	SERIE AMERICANA.	
ESPECIAL DE E.E. UU.	FUTBOL MEXICANO		BOX AMERICANO.	SERIE AMERICANA.	SERIE AMERICANA.	PELICULA AMERICANA.	NOTICIERO MEX.				
SERIE MEXICANA	DEPORTE AMERICANO.		SERIE MEX.	SERIE AMERICANA	NOTICIERO MEX.	SERIE AMERICANA	SERIE MEX.				

CUADRO No 7



TELEVISORA de Torreón
X H I A TV Canal 2

Reporte de programación y continuidad

FECHA MIÉRCOLES 22 DE JULIO DE 1981 HOJA Nº 1

HORA EN QUE SE PASA	PROGRAMACION	ORDEN NUMERO	CLASIFICACION	MATERIA	MATERIAL NUM.	SONIDO	DURACION	HORA EN QUE PASO	OBSERVACIONES
14:00	EL PERICUILLO SARRI ETC.	/	VIDEOCASSETTE	LOCAL.				14:30	
14:30	CAMINITO	/	VIDEOCASSETTE	LOCAL.				15:30	
15:30	GASPARIN	/	VIDEOCASSETTE	LOCAL.				16:00	
15:30	YANQUI	/	VIDEOCASSETTE	LOCAL.				15:30	
16:00	COSMOS 1990	/	VIDEOCASSETTE	LOCAL.				17:00	
16:15		12315	C	VIDEOCASSETTE			30"	16:15	
16:30		14007	C	VIDEOCASSETTE				16:30	
17:00	VARDE DE CINE PRESENTA: "MORCIRIO CORAZON"	/	VIDEOCASSETTE	LOCAL.				17:30	
17:00	OGGI GOLA	12001	C	VIDEOCASSETTE			30"	17:00	
17:00	ESTRELLA BLANCA	7417	C	VIDEOCASSETTE			20"		
17:00	OPERA ASTORIA	7418	C	VIDEOCASSETTE			20"		
17:45	OGGI GOLA	12001	C	VIDEOCASSETTE			30"	17:45	
17:45	ESTRELLA BLANCA	64189	C	VIDEOCASSETTE			30"	17:45	
18:00	MORCIRIO	12001	C	VIDEOCASSETTE			25"	18:00	
18:00	MORCIRIO Y BOGONS	12337	C	VIDEOCASSETTE			30"	18:00	
18:15	SUNTIME FONDA LAS OSA	64189	C	VIDEOCASSETTE			30"	18:15	
18:15	TIERRA AJAJA	64189	C	VIDEOCASSETTE			30"	18:15	
18:15	ALBERTO	64189	C	VIDEOCASSETTE			30"	18:15	
18:15	OPERA. VERA ESCORCION	64189	C	VIDEOCASSETTE			30"	18:15	
18:15	MORCIRIO MITU L...	64189	C	VIDEOCASSETTE			30"	18:15	
19:15	OGGI GOLA	12007	C	VIDEOCASSETTE			30"	18:15	
18:15	MORCIRIO Y BOGONS	12337	C	VIDEOCASSETTE			30"	18:15	
18:30	LA ISLA DE GILLIAN	/	VIDEOCASSETTE	LOCAL.					
18:30	MORCIRIO Y BOGONS	12337	C	VIDEOCASSETTE			30"	18:30	
18:30	MORCIRIO	60145	C	VIDEOCASSETTE			30"	18:30	
18:30	OPERA ASTORIA	7417	C	VIDEOCASSETTE			30"		
18:45	ESTRELLA BLANCA	7417	C	VIDEOCASSETTE			30"		
18:55	OGGI GOLA	12007	C	VIDEOCASSETTE			30"	18:55	
19:00									
19:00	VALONA. CAP. 104-105	/	VIDEOCASSETTE	LOCAL.				19:45	
19:00	MORCIRIO Y BOGONS. EP. 10	12337	C	VIDEOCASSETTE			30"	19:00	
19:00	MORCIRIO Y BOGONS	12337	C	VIDEOCASSETTE			30"	19:00	
19:30	MORCIRIO Y BOGONS	12337	C	VIDEOCASSETTE			30"	19:30	

ORIGINAL: CONTROL MARCO
 DUPLICADO: PROGRAMAS
 TRIPPLICADO: IDENTIFICACION

REPORTAR FALLAS AL REVERSO



TELEVISORA de Torreón
X H I A TV Canal 2

REPORTE DE PROGRAMACION Y CONTINUIDAD

FECHA: VIERNES 22 DE JULIO DE 1981 HOJA Nº 2

ORDEN DE PASOS	PROGRAMACION	ORDEN NUMERO	CLASIFICACION	MATERIA	MATERIAL NUM.	SONIDO	DURACION	HORA EN QUE PASO	OBSERVACIONES
19:30	GRUPO SUPERIOR SORTO	11008	C V	MOSES	11008		30"	19:30	
19:30	SALINAS Y BOGAS	11009	C V	MOSES	11009		30"	19:30	
19:30	GRUPO COLA	11008	C V	MOSES	11008		30"	19:31	
19:45	MARCELO GALLOZANO	11009	C V	MOSES	11009		30"	19:45	
19:45	GRUPO SUPERIOR SORTO	11008	C V	MOSES	11008		30"	19:45	
19:45	GRUPO SUPERIOR SORTO	11008	C V	MOSES	11008		30"	19:46	
19:45	GRUPO SUPERIOR SORTO	11008	C V	MOSES	11008		30"	19:46	
20:00	DOCUMENTAL color LOCAL. DYN.							21:00	
20:00	DANIELA. CAP. 143-146	11008	C V	MOSES	11008		30"	20:00	termino
20:00	GRUPO SUPERIOR SORTO	11008	C V	MOSES	11008		30"	20:03	
20:15	GRUPO SUPERIOR SORTO	11008	C V	MOSES	11008		30"	20:15	
20:15	GRUPO SUPERIOR SORTO	11008	C V	MOSES	11008		30"	20:15	
20:15	GRUPO SUPERIOR SORTO	11008	C V	MOSES	11008		30"	20:16	
20:15	GRUPO SUPERIOR SORTO	11008	C V	MOSES	11008		30"	20:16	
20:15	GRUPO SUPERIOR SORTO	11008	C V	MOSES	11008		30"	20:17	
20:15	GRUPO SUPERIOR SORTO	11008	C V	MOSES	11008		30"	20:17	
20:30	PANGRINAS	11009	C V	MOSES	11009		30"	20:30	
20:30	SALINAS Y BOGAS	11009	C V	MOSES	11009		30"	20:30	
20:30	SALINAS Y BOGAS	11009	C V	MOSES	11009		30"	20:30	
20:30	SALINAS Y BOGAS	11009	C V	MOSES	11009		30"	20:35	
21:00	GRUPO SUPERIOR SORTO	11008	C V	MOSES	11008		30"	21:00	
21:00	GRUPO SUPERIOR SORTO	11008	C V	MOSES	11008		30"	21:00	
21:00	CINEMA INTERNACIONAL PRESENTA: LA MUJER DE SIFINAS.							21:43	termino
21:00	CINEMA S. ED FORD'S	11008	C V	MOSES	11008		60"	21:00	
21:00	CINEMA S. ED FORD'S	11008	C V	MOSES	11008		60"	21:00	
21:00	CINEMA S. ED FORD'S	11008	C V	MOSES	11008		60"	21:00	
21:00	GRUPO SUPERIOR SORTO	11008	C V	MOSES	11008		30"	21:03	
21:00	GRUPO SUPERIOR SORTO	11008	C V	MOSES	11008		30"	21:05	
21:00	GRUPO SUPERIOR SORTO	11008	C V	MOSES	11008		30"	21:06	
21:00	GRUPO SUPERIOR SORTO	11008	C V	MOSES	11008		30"	21:06	
21:00	GRUPO SUPERIOR SORTO	11008	C V	MOSES	11008		30"	21:07	
21:00	GRUPO SUPERIOR SORTO	11008	C V	MOSES	11008		30"	21:07	
21:00	GRUPO SUPERIOR SORTO	11008	C V	MOSES	11008		30"	21:08	
21:15	GRUPO SUPERIOR SORTO	11008	C V	MOSES	11008		30"	21:16	
21:15	GRUPO SUPERIOR SORTO	11008	C V	MOSES	11008		30"	21:16	
21:15	GRUPO SUPERIOR SORTO	11008	C V	MOSES	11008		30"	21:16	
21:15	GRUPO SUPERIOR SORTO	11008	C V	MOSES	11008		30"	21:16	
21:20	GRUPO SUPERIOR SORTO	11008	C V	MOSES	11008		30"	21:30	
21:20	GRUPO SUPERIOR SORTO	11008	C V	MOSES	11008		30"	21:31	
21:20	GRUPO SUPERIOR SORTO	11008	C V	MOSES	11008		30"	21:31	
21:30	GRUPO SUPERIOR SORTO	11008	C V	MOSES	11008		30"	21:32	
21:30	GRUPO SUPERIOR SORTO	11008	C V	MOSES	11008		30"	21:32	
21:30	GRUPO SUPERIOR SORTO	11008	C V	MOSES	11008		30"	21:32	
21:30	GRUPO SUPERIOR SORTO	11008	C V	MOSES	11008		30"	21:32	
21:35	GRUPO SUPERIOR SORTO	11008	C V	MOSES	11008		30"	21:32	
21:45	GRUPO SUPERIOR SORTO	11008	C V	MOSES	11008		30"	21:45	
21:45	GRUPO SUPERIOR SORTO	11008	C V	MOSES	11008		30"	21:46	

ORIGINAL: CONTROL MAESTRO
 DUPLICADO: PRODUCCION
 TRIPPLICADO: CONTABILIDAD

REPORTAR FALLAS AL REVERSO



TELEVISORA de Torreón
X H I A TV Canal 2

REPORTE DE PROGRAMACION Y CONTINUIDAD

FECHA: MIÉRCOLES 22 DE JULIO DE 1984 HOJA Nº 3

HORA EN QUE DEBE PASAR	PROGRAMACION	ORDEN NUMERO	CLASIFICACION	MATERIA	MATERIAL NUM.	SONIDO	DURACION	HORA EN QUE PASO	OBSERVACIONES
21:45	CONTINUA DE EL REBEL	52305	C	VIDEO CASSET			70"	21:46 ³⁰	
22:00	PROGRAMA DOMINGO	52307	C	VIDEO CASSET			50"	22:00	
22:00	CONTINUA SUPERIOR	52125	C	VIDEO CASSET			30"	22:01	
22:00	LOZ DEL NACIONAL	52105	C	VIDEO CASSET			20"	22:01 ³⁰	
22:10	PROGRAMA DOMINGO	52307	C	VIDEO CASSET			60"	22:10	
22:15	CONTINUA SUPERIOR CONTINUA	52125	C	VIDEO CASSET			30"	22:15	
22:20	PROGRAMA DOMINGO	52307	C	VIDEO CASSET			60"	22:20	
22:30	VIDEO LOS REYES	52307	C	VIDEO CASSET			60"	22:30	
22:30	PROGRAMA DOMINGO	52307	C	VIDEO CASSET			30"	22:31	
22:30	PROGRAMA DOMINGO	52307	C	VIDEO CASSET			20"	22:31 ³⁰	
22:30	CONTINUA SUPERIOR CONTINUA	52125	C	VIDEO CASSET			70"	22:32	
22:35	PROGRAMA DOMINGO	52307	C	VIDEO CASSET			30"	22:32 ³⁰	
22:35	PROGRAMA DOMINGO	52307	C	VIDEO CASSET			30"	22:33	
22:40	PROGRAMA DOMINGO	52307	C	VIDEO CASSET			60"	22:40	
22:50	VIDEO LOS REYES	52307	C	VIDEO CASSET			60"	22:41	
23:00	ULTIMA HORA <i>Color</i>	NOTICIERO SOCIAL		<i>Barbado</i>				23:20	
23:00	PROGRAMA DOMINGO	52307	C	VIDEO CASSET			30"		
23:00	PROGRAMA DOMINGO	52307	C	VIDEO CASSET			20"		Pendientes
23:00	PROGRAMA DOMINGO	42040	C	VIDEO CASSET			20"		
23:05	PROGRAMA DOMINGO	44420	C	VIDEO CASSET			20"		
23:15	PROGRAMA DOMINGO	1371	C	VIDEO CASSET			30"		
	AL TERMINAR BUENAS NOCHES.							23:20 ³⁰	

ORIGINAL:
 DUPLICADO:
 TRIPULADO

CONTROL MAESTRO
 PROTECCIONISTA
 CONTABILIDAD

REPORTAR FALLAS AL REVERSO

3.2. ANALISIS DEL IMPACTO DE LA TELEVISION, POR MEDIO DE LOS RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS QUE SE APLICARON.

Se ha visto hasta aquí cuál ha sido el desarrollo que han tenido los medios de comunicación en la Comarca Lagunera y en especial el de la televisión, y con más detalle se ha analizado la programación televisiva.

Este acelerado desarrollo de los medios de comunicación en la región comenzó a partir de los 60', conjuntamente con las agencias publicitarias y la competencia del mercado por vender y saturar los espacios publicitarios tanto en la prensa y en la radio como en la televisión; la mayoría de estos medios de comunicación se encuentran afiliados a diferentes grupos o cadenas de red nacional (ver cuadro No 5), esto indica la concentración en unas cuantas manos de estas cadenas.

Marshall McLuhan, uno de los más conocidos teóricos de la comunicación, afirma que el papel predominante de la comunicación en la vida organizada se debe a la Revolución Tecnológica, que desarrolló técnicas y medios de comunicación masiva, dando origen a una "nueva era" para la humanidad. Señala McLuhan que estas nuevas técnicas son, entre otras, la publicidad, las relaciones públicas y la propaganda, dirigidas a las ventas y a la estimulación del consumo, a la creación de imágenes institucionales favorables y a la inducción de actitudes y acciones políticas, ideológicas o religiosas. "una tecnología que rasga la trama de todas las culturas existentes"

(21)

Algunos investigadores señalan que la función de la comunicación, con su inseparable concepto de Información, como parte de la

(21) MATTELART, Armand y otros, Comunicación Masiva y Revolución Socialista, p. 39

misma, han sido básicos para el desarrollo de la vida. "lo que desde luego va aparejado a un concepto autoritarista de la comunicación, dado que los que detentan el poder tecnológico son los habilitados para transmitir los mensajes", (22) de la misma manera que se desarrollen los medios de comunicación en la Comarca Lagunera, paralelo a este desarrollo, en la región se le está dando importancia al renglón industrial, creándose nuevos centros de trabajo y procesándose más bienes de consumo regionales, cosa que ayudará a que se reduzca el porcentaje de importaciones; esto se refleja en la hoja No 18 que indica que el servicio ferroviario de carga se ha incrementado debido al crecimiento de la zona industrial, pero por otro lado la incidencia de las enfermedades de tipo respiratorio que se presentan en la ciudad alcanzan el mayor porcentaje en la región que es de 68.6% como consecuencia de la falta de atención y de medidas de precaución por parte de las empresas que arrojan sus desechos, afectando a la población, todo esto por el desarrollo tecnológico.

La formación de una capa social dominante - propietaria de los medios de producción y administradora de la riqueza social según sus intereses- del mismo modo y como expresión ideal de aquel dominio constituye una ideología dominante". (23) Ludovico Silve de fine que "La ideología es un sistema de valores, creencias y representaciones que autogeneran necesariamente las sociedades en cuya estructura haya relaciones de explotación a fin de justificar idealmente su propia estructura material de explotación, consagrándola en la mente de los hombres como un orden 'natural' e inevitable, o

(22). IBID. p 66

(23). SILVA, Ludovico, Teoría y Práctica de la Ideología, p 16

filosóficamente hablando, como una 'nota esencial' ". (24) Y, agrega Silva "toda ideología es justificación de un orden y unos intereses materiales preexistentes. Históricamente hablando además, sólo con el desarrollo pleno del capitalismo en el siglo XX ha podido -- constituirse una plena ideología capitalista, una ideología que justifica la totalidad del sistema en cada una de sus partes: ello ha sido posible por el avance de los medios de comunicación". (25)

El rapidísimo adelanto de la Tecnología Electrónica, ha permitido el enorme desarrollo de las comunicaciones masivas, a esta velocidad creciente, el mundo contemporáneo sufre una abundancia de -- nuevas técnicas y tecnologías que han de continuar para el futuro previsible, revolucionando la ya revolucionaria revolución de las comunicaciones.

Hoy, cualquier diario de provincia dispone de Telex, de servicio de transmisión de fotografías por teléfono, de equipo para impresión a colores; cualquier emisora local de TV puede recibir, por vía telefónica o microondas, y muy pronto Vía Satellite, y almacenar en videos o transmitir en seguida, eventos que se suceden en ese -- mismo momento en cualquier lugar del mundo.

"El medio de comunicación de masas. Dicha nueva fuerza es el -- poder tecnológico de manipulación y de adoctrinamiento. Controlarlo significa controlar las conciencias a través de la legitimación cotidiana y masiva de las bases del poder de una clase" (26)

(24) IBID, p 19

(25) IBID, p 43

(26) MATTELART, Armand y otros, Comunicación Masiva y Revolución Socialista, p 21

Veamos ahora lo que nuestro sistema social ha hecho con la televisión, convirtiéndola en el poderoso aparato denominado "Comunicación Masiva". El estudioso Víctor Bernal Sahagún, autor del libro Anatomía de la Publicidad en México, dice atinadamente en una serie de artículos publicados en el Diario Excelsior de México, D.F. , con el título de Economía Política de los Medios Masivos, que fue publicado en los números correspondientes a los días 16 a 20 de agosto de 1975, lo siguiente: "Es necesario antes que nada, deslindar los dos campos de operación, las dos funciones que cumplen los medios de comunicación masiva, a saber, la 'puramente' mercantil encaminada a promover la venta, y el consumo de mercancías como automóviles, cosméticos, bebidas, cigarros, o servicios bancarios", (se prueba con las hojas de continuidad del canal 2 local que se anexaron, hojas No. 79-80-81).

...Y aquélla que se dirige a influir política o ideológicamente a los receptores del mensaje. En el primer caso se debe hablar de publicidad y en el segundo de propeganda. Como se ve, en la práctica se presentan situaciones en las que es dificultoso, - si no imposible-, el separar con precisión lo publicitario de lo propagandístico, pero es imprescindible tener presente que no es exactamente lo mismo promover la venta de jabones o detergentes, que convencer a la población de que la inflación, por ejemplo, es causada por los aumentos en los salarios".

Selene de Dios en sus apuntes de los Medios de Comunicación Masiva, dice que "Los sectores más desarrollados crean además de mercancías tangibles otros productos inmateriales, ya no fabrican y distribuyen sólo bienes de consumo, sino también opiniones, juicios y prejuicios, contenidos de consciencia de todo género para afianzar en los mercados el consumo de bienes materiales, imponer ciertas --

formas de pensar a los individuos para su explotación, disponen cada vez más de la consciencia de la gente". (27)

Sahagún hace ver la importancia económica de la publicidad en sí misma, mediante análisis de cifras extraídas de la revista norteamericana "Advertising Age" y de las declaraciones a Excélsior - (jun/10/77) de la Cámara Americana de Comercio de México, D.F. ; en este análisis señala que de 1965 a 1976, los gastos de publicidad - en USA aumentaron de la suma de 15,600 a casi 34,000 millones de dólares anuales, es decir, que ascendieron a casi la tercera parte de su presupuesto militar, continúa señalando que la justificación histórica de los medios de publicidad masiva está en la expansión del capitalismo, la búsqueda de mercados y la consolidación del monopolio como resultado de las leyes económicas, de la concentración y centralización del capital, así como de la necesidad de difundir la ideología de la clase dominante y de, impedir que la gran mayoría - de la población tenga acceso al conocimiento estructural, profundo y objetivo, de los orígenes de las frustraciones y evitar así el riesgo de explosiones sociales.

Termina diciendo el investigador Bernal Sahagún que el poder de la asociación entre anunciantes, propietarios de los medios de comunicación y agencias de publicidad es de tal magnitud, extensión y profundidad, que quizá el mundo nunca haya conocido nada semejante, por lo que no es de extrañar que este control internacional de los medios de comunicación masiva, sea profundamente conservador y que, sirva para mantener la dominación burguesa en los países sede de -

(27). SELENE DE DIOS de puente Delia, Medios de Comunicación Masiva. Inédito.

los grandes conglomerados, en alianza con las burguesías nacionales de los países "subdesarrollados" y sobre las grandes masas del llamado "mundo de la libre empresa". En nuestro país, dice el investigador, que se debate entre las graves contradicciones propias del "capitalismo del subdesarrollo", el panorama de los medios de comunicación es el siguiente:

Un alto grado de monopolización de los medios, por ejemplo: la televisión es virtualmente un monopolio puro, con la excepción de los dos canales oficiales que, por sus características y recursos, no han podido competir con la empresa Televisa; dicha empresa, además, tiene intereses en diarios, revistas y publicaciones diversas, en las transmisoras de radio más potentes y en las cadenas radio--transmisoras más extensas, en empresas productoras de diversas mercancías, como automóviles, artículos eléctricos, acero, vidrio, --empaques, centros hoteleros y turísticos, etc.; una prueba de ellos en la Comarca Lagunera es: la transmisión del canal 2 y 5 de México y que pertenecen a Televisa.

Más del 70% de la radiodifusión es controlada por nueve cadenas, también con muchos negocios en otras ramas; para esto hágase referencia al (cuadro No. 5) que indica las estaciones de radio de la Comarca Lagunera y que pertenecen o se encuentran afiliadas a -- los grupos o cadenas de México a nivel nacional .

La prensa en México y en especial los diarios, dependen en más del 60% de otros grupos, y en la región tenemos uno de ellos que es, El Sol de la Laguna.

A su vez, dichos medios están subordinados a las decisiones del exterior, esta subordinación se manifiesta principalmente en las siguientes formas:

en la programación de los medios audiovisuales, que descansan en las series filmadas, musicales y películas producidas en el exterior, casi exclusivamente en U.S.A. (RCA, CBS, ABC, United Artists, etc.). Esto mismo lo comprobamos con el análisis de la programación televisiva, y en el comentario de Mattelart que dice: "En todos estos casos el medio de comunicación es mito en la medida en que permite presentar un pseudoautor, elevado al rango de causalidad de fenómenos y procesos sociales, de manera indiferenciada, y ocultar tanto la identidad de los manipuladores como la funcionalidad de las ideas que expanden para con el sistema social patrocinado por la clase dominante. Como tal, este concepto apunta a borrar todo esquema de estratificación social y a ofrecer a los receptores la imagen de una sociedad acéfala sometida al mismo determinismo indiferenciador. Junto a él ha surgido la serie de los conceptos del amorfismo social tales como: sociedad de consumo, sociedad de abundancia, sociedad de masas, sociedad moderna, opinión pública, etc." (28),

en la dependencia del equipo, tanto nuevo como refacciones y otros materiales, tales como cintas magnéticas, cámaras, satélites, etc.: que también provienen de los Estados Unidos,

en la existencia de importantes medios que son propiedad directa del capital transnacional: Visión, Reader's Digest, Dell, Hearst Co, Novaro, etc. Para poder entender el subdesarrollo y la dependencia

(28). MATTELART, Armand y otros, Comunicación Masiva y Revolución Socialista, p 23

cia de la Comarca Lagunera hay que remitirse al libro Teoría y Práctica de la Ideología de Ludovico Silva, que dice que el "dominio -- económico de centros o metrópolis desarrollados cultos y dueños de la técnica sobre periferias menos desarrolladas, menos cultas y carentes de técnicas. Esta dependencia cobró pronto una forma especial que no adivinó por azar, sino por leyes propias del capitalismo: cobró la forma de una sociedad hasta tal punto dependiente de otra, -- que ésta se desarrolla a costa de la primera con lo que la subdesarrollada se ve constreñida, desde el comienzo, a desarrollarse de un modo anormal: no es el sentido de su progresiva independización, sino en el de un progreso dependiente, una cultura refleja adherida a los patrones de producción y de consumo (materiales y espirituales) de los centros desarrollados. Por esto, tal progreso no puede en verdad llamarse desarrollo, sino sùbdesarrollo, o desarrollo involutivo, dependencia creciente" (29)

en las noticias manipuladas y reinterpretadas por las agencias internacionales antes de llegar a los teletipos locales, AP, UP, OPA, EFE, etc., "la noticia o el hecho noticioso no es sino una materia-prima, a partir de la cual trata de crear representaciones colectivas, imágenes, estereotipos" (30), así tenemos pues que "la noticia en la concepción burguesa se limita a entregar el acontecimiento a un individuo aislado, proporcionándole una visión fragmentaria de la realidad". (31) En la ciudad de Torreón las noticias se elaboran de esta manera, en lugar de pugnar por que "la noticia dirigida al hombre social debe procurar una imagen del mundo. Es el presupuesto que preside a la propuesta de las células de información vertebradas

(29) SILVA, Ludovico, Teoría y Práctica de la Ideología, p 157

(30) MATTELART, Armand, y otros, Comunicación Masiva Y Revolución Socialista, p 52

(31) IBID. p 137

en función de las organizaciones de masas, donde están sometidas a discusión las informaciones". (32) Si se logra hacer algo a este respecto en la población tendríamos que "En efecto, la noticia para cumplir con esta misión de formación, debería sacar al lector de su pasividad de consumidor y convertirse en elemento de diagnóstico para la acción". (33)

en el dominio económico ejercido por los anunciantes transnacionales, a través de los presupuestos publicitarios, ampliamente manejados por las Agencias de Publicidad, que también son filiales de las Agencias de publicidad transnacionales (J. Walter Thompson, Ogilvy, Mc Cann, Leo Burnett, y otras) "En otras palabras, este lenguaje sirve de pantalla, de coartada a un aparato de dominación de fórmula que permite disolverlo en el universo eufórico de la modernidad, del consumo, de la publicidad". (34)

La Comarca Lagunera, región agrícola que no escapa a los préstamos que dan las instituciones bancarias (BID), (FMI) internacionales, préstamos que se utilizan para el desarrollo de productos básicos en el campo y este desarrollo agrícola, depende mucho de dichas instituciones, ya que los bienes de capital como tractores, maquinaria y herramienta agrícola no existen en la región, teniéndose que importarlos.

Y todo esto es triste realidad, pues forma parte de la política y táctica que tiene por objeto la "masificación" de la humani-

(32). IBID, p 48

(33). IBIDEM.

(34). IBID, p 23

dad en un conglomerado "robot", en una masa anónima obediente, consumidora y productora.

Umberto Eco, en su obra, Defensa de la Cultura de Masas apunta: "Los mass media ofrecen un cúmulo de información y de datos sobre - el universo sin sugerir criterios de discriminación, pero, en definitiva, sensibilizan al hombre contemporáneo en su enfrentamiento con el mundo". (35)

De hecho, los medios tienden a relacionar al hombre con el mundo que le rodea, a través de noticieros, reportajes, revistas, etc. "En todos estos casos el medio de comunicación es mito en la medida que permite presentar un pseudoautor". (36). Esta relación permite - una noción de la realidad, y un criterio sobre el mundo basado en - la forma en que hayan sido manejados los mensajes emitidos por los mass media "la televisión, como cualquier otra entidad de la 'industria Cultural', es un fenómeno en sí mismo ideológico; es un eficiente transmisor de la ideología que sustenta y justifica al sistema, y es un condicionador colectivo de máxima efectividad en la creación de valores, representaciones e imágenes". (37)

Si el radio en sus días de oro llegó a tener fuerza incontrastable, teniendo en su historia sucesos notables que pueden calificarse de patéticos, pero que ilustran la tremenda influencia que -- alcanzó en su día, como el caso del programa de Orson Welles La -- Invasión de Marte; cuya transmisión ocasionó una ola de histeria --

(35) ECO, Umberto, Apocalípticos e Inegridos Ante la Cultura de Masas, p 52

(36) MATTELART, Armand y otros, Comunicación Masiva y Revolución Socialista, p 23

(37) SILVA, Ludovico, Teoría y Práctica de la Ideología, p 175

colectiva, violencias y suicidios, es innegable que la radio ha --
 cedido su fuerza a la televisión, aunque conserva buena parte de --
 ella gracias a la portabilidad y baratura de los nuevos aparatos --
 receptores a base de transistores que los han puesto al alcance de
 millones de radio-escuchas, pero su poder de impacto no puede --
 competir con el de la moderna televisión, con la percepción de las
 "imágenes"; el "yo lo oí" queda vacío y sin fuerza frente al "yo-
 lo ví", raíz y secreto de su poderoso impacto psicológico y del--
 "poder de convencimiento" de la televisión ante la masa de telespec-
 tadores que no están enterados de que un programa, un anuncio y aún
 una noticia pueden ser "editadas" como se desee, en forma tal que --
 lleve un "mensaje", una intención o una "sugestión" que deforme la
 realidad, cause un efecto o una impresión, consciente o subconscien-
 te, que no tenga nada que ver con la verdad o con la realidad.

La televisión en su función de entretención consume y consume
 la actividad del receptor, pero no la despierta, en otros términos,
 goce y educación suelen ser incompatibles. Para reconciliar los dos
 propósitos, es necesario modificar la imagen de hombre que trasunta
 en la comunicación manipulativa". (38)

Este impacto sobre las masas lleva implícita la posibilidad --
 de producir un efecto duradero de sugestión que logra el moldeo del-
 subconsciente del espectador, "La explotación subliminal que efec-
 túa la televisión, al mismo tiempo que hipnotiza la conciencia, dina-
 miza la inconciencia, la manipula directamente mediante técnicas per-
 feccionadas, estas técnicas, elaboradas por científicos norteameri-
 canos, se aplican en el subdesarrollo y sirven para imprimir en la

(38) MATTELART, Armand y otros, Comunicación Masiva y Revolución
 Socialista, p 138

inconsciencia de las gentes una peculiar cultura: la cultura de la dependencia, la cultura subdesarrollada. Como esta cultura servirá a su vez para apoyar idealmente la depredación imperialista de - - carácter económico, político y militar, entonces es preciso definir la como cultura ideológica, como guerra cultural ideológica". (39), incidiendo sobre sus deseos, reacciones y actitudes en forma automática, logrando respuestas subconscientes ante estímulos o necesidades. "La población sólo llena un vacío que ella misma ha generado. Paraimperialismo y el medio de comunicación que lo opera, fiel al antiguo mecanismo del fetichismo que invierte el sujeto y el objeto, la unión o comunidad de los hombres es una unión o ---- comunidad de las cosas, erige al rango de común denominador del --- proceso de homogenización cultural el refrigerador, el auto, el --- comic, etc...y sigue la ley publicitaria de la moderna creación de deseos". (40) reflejo que se deja ver claramente en la población de Torreón, que está siendo utilizado de manera sistemática y organizada con finalidades esencialmente comerciales, por las grandes empresas de publicidad de la región que usan estas técnicas y adelantos de la psicología, en sus técnicas de publicidad masiva para influenciar a la población en forma tal que logran crear demanda para productos obsoletos, superfluos, no necesarios y algunos, francamente perjudiciales a la salud en el ramo de bebidas, cosméticos, tabacos, afeites y medicinas: basta en detenerse a analizar un poco las redacciones de la publicidad local que rezan miles de "sugerencias"-- para el consumo y a la vez tratan de "convencer" que los productos-

(39) SILVA, Ludovico. Teoría y Práctica de la Ideología, p 213

(40) MATTELART, Armand y otros, Comunicación Masiva Y Revolución Socialista, p 35

que ofrecen son "El Centro de la Moda", lema de una tienda local en la región.

En Torreon esta situación se multiplica diariamente sin que a nadie se le ocurra denunciarlo, ni pedir que las leyes, que supuestamente existen para evitarlo, se apliquen. Los mexicanos recibimos cotidianamente razones increíbles de "mensajes" en forma masiva, - de productos que nos enseñan a "eliminar la caspa suelta" usando - un mágico producto que contiene un "elemento" secreto, y el mensaje es falso, mañosamente redactado, pues no dice que el uso de - este mágico producto cure dicha afección del cuero cabelludo, ni - siquiera que lo alivie; el efecto del mensaje repetitivo y cansador es abatir las defensas del escepticismo o de la reflexión y forzar la venta del producto, en realidad, la caspa suelta no necesita de ingredientes mágicos para ser eliminada; basta un cepillo o una - buena lavada con cualquier jabón. "Quizá sea el lenguaje publicitario el que más coacciona a la audiencia y tal vez sea porque precisamente es el lenguaje mercantil por excelencia". (41)

Todos recordamos la intensa campaña publicitaria para forzar la venta de un producto para el resfriado que, según el anuncio, - contenía en sí mismo el virus que "600 granulitos de tiempo". Miles de - ejemplos similares de anuncios que se caracterizan por su tontería, falsedad y aspecto tendencioso, se repiten incesantemente sin que - nadie les ponga remedio.

"Así el secreto de la ideología como alienación no será otro -

(41) IBID, p 75

que el secreto de la alienación material que ocurre en la estructura de la sociedad, la ideología es "un sistema de valores, creencias, representaciones". (42)

Nos encontramos inmersos en un sistema económico que se caracteriza por sus crisis cíclicas. En otros tiempos las empresas tenían como problema principal la producción, los costos y nuevas técnicas de producción, ahora el problema principal es el de vender sus productos en el mercado. Ante este problema, las empresas industriales no se detienen en principios de orden moral o éticos pues su única finalidad es la de producir dividendos a los accionistas, propietarios de las deshumanizadas sociedades anónimas, y si los directivos o gerentes no logran producirlos a satisfacción de los accionistas, simplemente son substituidos por otros menos "escrupulosos en los medios", pero que produzcan más, y para lograrlo tienen en sus manos el maravilloso medio de la publicidad que cínicamente se basa en axiomas como estos: Una campaña de publicidad puede obligar al comprador a comprar casi todo lo que se proponga, o este otro: "un producto superior significa que lo es a los ojos del comprador, pero no implica que lo sea en función de su valor objetivo o conforme a normas o pruebas de laboratorio".

"La creación de un impresionante amasijo de necesidades que ni siquiera pueden ser satisfechas, pero que actúan como justificación ideológica del sistema, en las mentes de los desposeídos y los reducen a servidumbre mental, a vana esperanza pasividad frente a la-

(42) SILVA, Ludovico, Teoría y Práctica de la Ideología, p 46

explotación de que ellos mismos son objeto". (43)

Todo este efecto acumulado del Impacto de la televisión y técnicas publicitarias, ha cambiado un concepto que se tenía como válido y fundamental por mucho tiempo, el de la soberanía del consumidor, derivado de aquel tan conocido de "el cliente siempre tiene la razón", y que daba por hecho que el fabricante tenía que adoptar su producción al gusto, capricho o moda, o a sus preferencias, concepto obsoleto y en absoluto desuso, ya que ahora estos factores son manejados por las empresas de publicidad para ponerlos al servicio de los fabricantes-anunciantes, constituyendo un poder tal, que este sincretismo homogenizador lo logran los medios de comunicación y en especial la televisión contaminando lo real con lo imaginario y viceversa, que permite el consumo máximo y que da a la cultura de masas una de sus características fundamentales. "La alienación ideológica maneja la estructura síquica del hombre engendrando un conflicto entre su conciencia y su inconciencia". (44)

Si bien es cierto que la estandarización y la individualización crean el problema de la enajenación y de la frustración, la libertad en este juego, permite a veces al realizador, dictar las condiciones en la medida de sus éxitos. "En las nuevas tecnologías de comunicación, ningún aspecto de la realidad permanece al margen de la ideología de los países subdesarrollados ya los intereses específicos de las compañías transnacionales. Hasta ahora, los medios de comunicación han tenido como función principal la de masificar la utilización del tiempo libre". (45)

(43) IBID, p 160

(44) IBID, p 69

(45) MATTELART, Armand, La Industrial Cultural no es una Industria

Es pues triste y verdaderamente lamentable el uso negativo para los intereses de la humanidad que se hace de los medios de comunicación masiva, ya que es un hecho palpable que no admite discusión - por sus causas y sus efectos, pues aunque sus defensores pueden argüir que no crean valores ni situaciones, sino que son únicamente el reflejo de la sociedad en la que medran, la verdad es que sacan partido de los aspectos más negativos de ella, a los que "usan", y al hacerlo los refuerzan y contribuyen a su propagación, aunque - aceptamos que no son la causa original; en otras palabras, el odio, la sexualidad anormal o su exacerbación, la violencia, el tabaquismo, el alcoholismo, etc., no son causadas por los medios de comunicación masiva, la televisión, la radio o la prensa, pero es indudable que su uso indiscriminado y continuo, para "llegar a conseguir los mayores 'ratings' " o auditorios, causa un impacto negativo, ayuda a desquiciar y destruir los valores espirituales y promueve necesariamente la conformidad hacia normas que carecen de valor o que destruyen la dignidad humana.

Se llevaron a cabo 150 encuestas, en la población de la ciudad de Torreón, a manera de una muestra representativa, con lo cual se confirma una vez más lo antes expuesto acerca de la programación de la televisión y de que manera influye ésta en los modos de vida y cuál es el público más receptor, así como, qué series son las que más se ven y más gustan. (ver la hoja No. 100) es la encuesta que se aplicó.

De estas 150 encuestas, 88 se aplicaron a mujeres y 62 a hombres, deduciéndose del total de encuestados que 19 ven la televi -

sión todo el día, 20 más la ven en la mañana, 48 en la tarde y 72 - en la noche; 17 contestaron que la ven a diferente horario y 5 no contestaron. Del total de personas entrevistadas obtuvimos además - de los datos necesarios para nuestro estudio, su edad, sexo y nivel académico.

Conociéndose también cuáles son los programas televisivos que más se ven; esta lista se agrupa de la siguiente manera: caricaturas de todo tipo que se dirigen a los niños siendo todas series americanas; el segundo grupo son las telenovelas que se transmiten por el canal 2 local, 2 y 5 de México; el tercer grupo lo ocupan los programas de entretenimiento y comics; el cuarto grupo lo ocupan las series policiacas; el quinto son los diferentes noticieros que hay; el sexto lo ocupan los programas deportivos; el séptimo las películas nacionales e internacionales y, por último, se tiene a las personas que no contestaron.

Esta programación se dividió por horarios (mañana, tarde y -- noche), edades y sexo. (ver cuadro No. 8).

Se ha observado que dentro de las respuestas, las personas se contradicen porque no ponen un horario que vaya de acuerdo a las -- respuestas de la pregunta No 3. que dice; ¿cuáles son en orden los cuatro programas que ve con más frecuencia?, ya que expresaron que ven programas que no van de acuerdo con el horario que anteriormente marcaron, o bien, al contestar la pregunta No. 10 que pide decir dos comerciales que recuerde; y al contestar, sus respuestas no -- concuerdan con la programación y horario que marcan, de lo cual se-

deduce que la gente ve más tiempo televisión de lo que en verdad con fiesa; de la misma manera cuando contestaron la pregunta siete, en la que tienen que expresar con qué personaje se identifican, nuevamente se comprueba que no coinciden con la programación que señalan, ya que mencionan personajes que son de otros programas a los que marcaron.

Las siguientes cifras son muy significativas para este estudio ya que con ellas se comprueba que el 50% de los receptores de televisión -respecto a nuestras encuestas- asignan una alta credibilidad al mensaje de las series policíacas, estos declaran que así - - deberían de actuar los policías en Torreón, como los que salen en la televisión; el 18% pide programas instructivos; el 3% exige más espacios noticiosos; el 1.3 % se queja del exceso de propaganda y finalmente el 72.0 % se declara "satisfecho" con la televisión.

Datos como estos señalan el triunfo actual de la ideología ca pitalista subdesarrollada en una ciudad como Torreón.

De los 150 entrevistados, 60.6% contestaron que no les gustaría vivir en Estados Unidos, pero sí prefieren productos importados, -- viviendas estadounidenses, los programas americanos y afirman que -- les gustan las formas de vida que se proyectan en este tipo de programas.

Con esto reafirmamos, que en general los entrevistados no se -- dan cuenta de que están enajenados por la televisión, entendiéndose se por enajenación "pasar a otro el dominio de una cosa", "privar a

1. Cuantos dias a la semana ve televisión _____
2. De que hora a que hora _____ que canales _____
3. Cuales son en orden los cuatro programas que ve con mas frecuencia.

4. Que es lo que le gusta de los programas _____
5. Que es lo que no le gusta de los programas _____
6. Le gustan estas formas de vida _____ porque _____
7. Con cuales personajes se identifica _____
8. Como cree que influya la televisión en Ud _____
9. Que prefiere: leer un libro _____ ver televisión _____ ó practicar un deporte _____
Cuando estudia, prefiere hacerlo Solo _____ ó en grupo _____
Cuando trabaja, prefiere hacerlo Solo _____ ó en grupo _____
Cuando se divierte, Prefiere hacerlo Solo _____ ó en grupo _____
10. Diga dos comerciales que recuerde _____
11. Le gustan _____ porque _____
12. Si tuviera suficiente dinero que compraria. Un Volkswagen _____ ó un Mustang _____
leche _____ ó refrescos, _____, tortillas de maiz, pan de sal _____ ó pinguinos y gansitos _____
13. Le gustaria vivir en Estados Unidos _____ porque _____
14. Que otros programas le gustaria que dieran por televisión _____
15. Que prefiere: productos importados _____ ó mexicanos _____, viviendas mexicanas _____ ó vi-
vendas estadounidenses _____, modos de vida mexicanas _____ ó modos de vida americana _____
Lugar de nacimiento _____ edad _____ sexo _____
Domicilio _____
Nivel de estudios _____ ocupación actual _____
Su casa es de renta _____ propia _____ tiene automovil propio Si _____ No _____
Que articulos electricos tiene _____

uno del uso de la razón" (46); ya que contestan que no les gusta -- ría vivir en ese país, pero sí les gusta lo que proviene de él e -- incluso los modos de vida, por la frecuencia de estos programas y -- por ocupar horarios estratégicos dentro de la programación. Exis -- tiendo con esto un patrón de vida norteamericano que se implanta -- en la región a través de la televisión, aunque no por eso se dice, -- que sea el único factor que orille a vivir esta situación. Entre -- otros tenemos, como ya habíamos dicho, la cercanía de la ciudad de Torreón a los Estados Unidos, y la dependencia económica y tecnoló -- gica. Como Ludovico Silva explica en su libro, Teoría y Práctica -- de la Ideología, "que la mejor manera de llegar a la grandeza per -- sonal es iniciándose como los niños de los comics, que todo lo -- transforman en mercancía, todo lo que ponen en venta a cambio de -- dinero y así, supuesto tras supuesto se crea una gigantesca red -- oculta, como una malla interna, que constituye el cuadro ideoló -- gico sugerido o 'supuesto' ". (47)

La mayoría de las personas contestaron a la pregunta número 4, que los programas les gustan por que se divierten y entretienen, porque pasan un rato agradable, porque de esa manera se olvidan de sus problemas tomando como escape y un gran relajante para el can -- sancio, a las preocupaciones, en fin a los problemas cotidianos en los que se ven envueltos diariamente, negándose a reconocer que es -- to es algo que forma parte de su vida que les rodea, ningún entre --

(46) NUEVO Pequeño Larousse Ilustrado. p 371

(47) SILVA, Ludovico, Teoría y Práctica de la Ideología, p 124

vistado respondió que los mensajes de la televisión los orientara -- o les ayudara a distribuir su dinero de tal manera que les alcanza- ra para sus necesidades, tampoco se obtuvo ninguna respuesta en -- cuanto a que los mensajes los instruyera en alguna rama o simple -- mente algún comentario ilustrativo, lo que refleja claramente que la televisión adolece de esta función social para el mejoramiento del individuo en su vida cotidiana.

También se pudo observar que se niegan a declarar abiertamente que son varias las horas del día que ocupan en ver la televisión, por lo que se explica como el individuo se va nulificando y hacien- do conformista poco a poco, aceptando pasivamente lo que se le da, sin dejarles opción a escogerlo o proponer gustos y/o necesidades de programas afines a su realidad y criterio.

En el (cuadro No. 9) se denota que el mayor número de personas ven la televisión de las 8 de la noche en adelante, en segundo lu- gar los que la ven de las 4 de la tarde a las 8 de la noche y en -- tercer lugar los de la mañana.

Así mismo se refleja que por los horarios el máximo de perso - nas que ven televisión son los hombres de 15 a 24 años o más; en -- segundo lugar se tiene que por la tarde las personas que ven televi - sión en ese horario son las mujeres de 15 a 25 años o más de edad. Y si a esto le agregamos que en 1970 el 55.9 % de la población de Torreón era menor de 19 años y el 26.1% tenían entre 20 y 39 años, lo que indica que más del 80% de la población es joven (ver hoja- No 25).

Algo muy notorio es que los hombres de 24 años o más ven menos televisión en cualquier horario, sobresaliendo únicamente en el horario de la noche.

En el (cuadro No. 9) se refleja que por la noche hay mayor audiencia, en segundo lugar la tarde y por último la mañana; el número indica en la gráfica, la cantidad de personas que ven estos programas que se encuentran agrupados en : caricaturas, novelas, cómicos y de entretenimiento, policíacos, noticieros, deportivos y películas.

Los que más audiencia tienen son los programas de la noche, ocupando el primer lugar las series policíacas, programas completamente americanos, luego las cómicas y de entretenimiento, siguiéndoles en orden los noticieros, después las novelas seguidas por las caricaturas, y en penúltimo lugar se cuenta a las películas y por último los deportivos.

En segundo lugar en audiencia se tiene a la tabla que se ocupa de la tarde con el siguiente puntaje: en primer lugar las novelas, le siguen las caricaturas junto con los cómicos y de entretenimiento , después vienen los policíacos y los noticieros con el mismo número de audiencia en seguida se cuenta con los deportivos y finalmente las películas.

Y en tercer lugar se tiene el horario de la mañana, ocupando el primer lugar en audiencia las series cómicas y de entretenimiento , luego policíacas y noticieros con igual audiencia, en seguida

las novelas , después las caricaturas y las prículas y finalmente las deportivas.

Después de estos resultados que arrojaron las encuestas que se aplicaron, queremos incluir las observaciones personales sobre la población de Torreón: hemos visto que al salir una nueva moda -- como por ejemplo en el vestir, inmediatamente repercute en la población y normalmente estas modas provienen de los Estados Unidos, se tiene que ahora se usa el pantalón de mezclilla y las camisas y botas vaqueras, moda que implantó Estados Unidos y cuya aceptación se ve en Torreón, aunque también se ven en cualquier provincia o incluso en la ciudad de México, o sea, que es una repercusión general, Torreón por encontrarse tan cerca geográficamente de los Estados Unidos, las personas con cierta posición económica tienen facilidad de adquirir sus prendas, en este vecino país, y para los que no pueden hacer el viaje existe la facilidad de que hay medios como los famosos "chiveros", éstos se dedican a comprar todo tipo de cosas en los Estados Unidos, pasan la frontera y se establecen en Torreón, venden su mercancía dan la facilidad de pagarlos en abonos a las personas que lo necesiten, por otro lado, se tiene a los que se dedican a pasar aparatos e instrumentos eléctricos de todo tipo; mientras se realizaron las entrevistas para esta tesis, se observó que la mayoría de los aparatos eléctricos eran extranjeros, ya fueran adquiridos en Estados Unidos o en Torreón.

Haciendo con todo esto que las formas de vida de Torreón se identifiquen cada vez más con las de Estados Unidos a pesar de que no se tienen los mismos medios ni económicos ni en costumbres que ese país, provocandose una falta de identidad en la sociedad, creándose nuevas costumbres y modos de vida. De acuerdo al primer capí-

tulo de este estudio se comentó que los trenes comenzaron a traer gente a la región, algunos de ellos extranjeros y los otros del interior de la República indicando ésto que la población se conformó con gente inmigrante y aunado a que la ciudad es muy joven (74 años) es difícil encontrar una identidad bien definida, por la mezcla de las diferentes culturas que se arraigaron, de esta manera la televisión aprovecha en la población de Torreón el desarraigo, para influir en la formación de la sociedad.

"La ideología dominante cumple con una función práctica: confiere al sistema cierta coherencia y una unidad relativa. Al penetrar en las diversas esferas de la actividad individual y colectiva, cimienta y unifica" (48), así la sociedad de Torreón se encuentra aparentemente unificada, pero por los mensajes emitidos por la televisión, más no de la identidad que se adquiere a base de características sociales y culturales que configuran a una población determinada, haciéndola diferente de las demás. "Si el orden puede aparecer tanto principio equilibrador es precisamente merced a la mistificación de la clase que ha organizado a través de su prisma todas las instituciones sociales. La primera coerción- que otros llamaran violencia institucionalizada- consiste en esta falsa consciencia que transforma el valor absoluto un concepto parcial y una verdad relativa, que promueve la visión particular de una clase como norma suprema del comportamiento de las masas". (49)

(48) MATTELART, Armand y otros, Comunicación Masiva y Revolución Socialista, p 24

(49) IBID, p 24

Los mensajes de la televisión dice Ludovico Silva "actúan para las multitudes, masivamente y logran un efecto socializador, homogeneizantes sobre las masas en el sentido de que los adaptan intelectualmente a la sociedad en que viven". (50)

Los propietarios y dirigentes de los medios de comunicación -- masiva en asociación, por no decir colusión, con los anunciantes y agencias de publicidad, consideran al público en razón de un número y de ofrecerle "satisfacción" en sus voliciones más pronunciadas, en términos estrictamente utilitarios, en favor del anunciante que "paga" y que lo usa para crear demandas artificiales, en favor de lo mediocre, de lo banal y de lo "fácil", como lo señala el escritor Raúl Cremoux en su libro ¿Televisión o Prisión Electrónica?, basado en profunda y extensa investigación.

En Torreón se deja ver claramente que, es falso el argumento de los propietarios de los medios y de sus favorecedores, al afirmar que fomentan la economía; esta tesis es simplista y falsa, basta para destruirla el examen de la publicidad por segmentos de la producción y productos anunciados, veamos que la producción al consumo que realizan se concentra en las ramas de bebidas, tanto sin alcohol como alcohólicas, tabacos, cosméticos y medicinas, más no logra desarrollar la producción de bienes para la subsistencia ni bienes de producción. Es además un hecho económico reconocido que el fomento al consumidor es negativo, y que el consumo no se considera un valor en sí mismo, sino sólo en cuanto satisfaga necesida-

des reales, de ningún modo inducidas o superfluas. Además hay las circunstancias de que en México se gastan en publicidad sumas enormes fuera de toda relación con el nivel de desarrollo del país y - del ingreso per cápita de sus habitantes, en el caso particular de la ciudad de Torreón (ver hojas No 79-80-81).

SE acusa de manera clara y categórica a la televisión de ser - un factor negativo para la cultura, más aún de promover la desculturización al favorecer la subcultura y la masificación de la misma. Todo lo cual está probado abundantemente por los estudios que - se han efectuado, tanto en México como en el extranjero. En efecto el "medio de comunicación es el vector de la participación: una -- participación epifenoménica a los símbolos de la metrópoli, que da a las masas la ilusión de integración universal". (51)

Se considera a la televisión como un factor para el incremento de los índices delictivos, como elemento negativo que contribuye al deterioro de la moral social, como factor en el adormecimiento polí- tico de las masas, en la supresión de la creatividad y en la con -- tinuada y pertinaz exhibición del modo de vida de los desposeídos. Proporcionando la pasividad, el desvinculamiento de la realidad por la espera de soluciones "mágicas" , la creación de falsos arquetipos, mitos y símbolos irreales, fomentando el escapismo y afirmando el - - conformismo y la implantación de marcos y normas de vida extrañas a la población, especialmente el "American Way of Life". Aquí el - problema más grave es que el lagunero no está preparado ni psiqui- ca, ni moral, ni emocional, ni económicamente para adoptar fielmen-

te aquel estilo de vida. "En una sociedad donde no han sido satisfechas las necesidades básicas de la población, se sin embargo, elementos que favorecen la producción de artículos y servicios que no se orientan a la satisfacción de apremiantes demandas (salud, educación, vivienda y justicia), sino que, en su porcentaje más alto, - son resultados de planificadas producciones para quienes ya están - incorporados a un régimen social de satisfactores secundarios y, en no pocos casos 'satisfactores de opulencia'. " (52).

En la ciudad de Torreón la estructura por edades, muestra que existe una mayor tendencia de crecimiento de la población no productiva, circunstancia que incrementa el índice de dependencia, ya que la mayor población vive dentro del primer rango, o sea, de 1 a 3,000 pesos de ingresos, se observa una gran concentración de los ingresos en pocas manos, pocos habitantes dependen de los trabajadores de altos ingresos, no así en los bajos ingresos que es donde se encuentra el 92.51% de la población, personas que dependen de los trabajadores de bajos ingresos y los mensajes publicitarios si son a nivel de masas a quién se están dirigiendo? por supuesto a éstos últimos, que los desorientan en su economía ofreciéndoles artículos superfluos, y vanales, ya que estos salarios no alcanzan para comprar todas estas mercancías y servicios que ofrece la televisión, orillando éste al trabajador a empeñar su salario mensual, comprometiéndose a comprar a crédito, y que tendrá que dar un abono mensual para poder adquirir estos artículos, dado el elevado costo de éstos y el mínimo salario que recibe no le alcanza para obtenerlos de contado, además sin tener una capacidad de ahorro ya que tienen mayores necesidades y todos sus ingresos los utilizan en su totalidad para su satisfacción.

Así mismo existe una franca reducción de la capacidad de - - - absorción de la fuerza de trabajo y una concentración de capital - cada vez mayor, en un reducido porcentaje de población. Para darnos una idea más definida del fenómeno de "american way of life", en - nuestro país es necesario hacer antes algunas observaciones:

"En México, el surgimiento de la T.V. coincide con una etapa de agudización de la dependencia económica de nuestro país respecto de Estados Unidos. En el ámbito de la industria de radio y televisión las repercusiones son inmediatas, tanto en lo que se vincula con la infraestructura televisiva, como en el sostenimiento cotidiano de la industria misma, es decir, en los anuncios de las - corporaciones".* (53)

Está comprobado que no es necesario que dos pueblos entren en contacto material para que se produzca un fenómeno de trasculturación, ya que, la enorme difusión que han alcanzado las comunicaciones en la actualidad, permite transmitir costumbres hechos y - modalidades culturales a cualquier lugar del mundo. Con esto se quiere decir que si Torreón depende tecnológicamente de los Estados Unidos el material que se transmite por la televisión en su - mayoría es de procedencia americana y los resultados son claros en la Región Lagunera.

"Estados Unidos adquirió un considerable adelanto sobre los - demás países, en especial de la T.V." (54) la televisión sirvió al

(53) Tomado de los apúntes de clase.

(54) CAZENEUVE, Jean, El Hombre Telespectador, p 13

imperialismo estadounidense como vehículo de transmisión e imposición sutil de su estilo de vida. "En México la programación --según un sindicalista norteamericano-- es una copia exacta de la programación norteamericana, los programas norteamericanos predominan en las horas de mayor público durante toda la tarde y noche".

(55)

(55) SCHILLER, Herbert I. Comunicación de Masas e Imperialismo Yanki, p 65

CUADRO Nº 8

HORARIO TELEVISIVO	TOTAL DE PERSONAS	SEXO FEMENINO	SEXO MASCULINO	EDAD 0 - 14		EDAD 15 - 24		EDAD 24 O MAS	
				F	M	F	M	F	M
VEN TELEVISION TODO EL DIA	19	13	6	6	4	4	2	3	-
VEN TELEVISION EN LA MAÑANA	20	13	7	6	4	4	3	3	-
VEN TELEVISION EN LA TARDE	48	33	16	9	9	12	7	12	-
VEN TELEVISION EN LA NOCHE	72	40	32	11	7	13	16	16	9
VEN TELEVISION A DIFERENTE HORARIO.	17	11	5	-	-	8	2	3	3
NO CONTESTARON.	5	4	1	-	-	1	1	3	-

111

SE APLICARON 150 ENCUESTAS.

CUADRO Nº 9

PROGRAMACION	EDAD 0 A 14		EDAD 15 A 24		EDAD 24 O MAS		EDAD 0 A 14		EDAD 15 A 24		EDAD 24 O MAS		EDAD 0 A 14		EDAD 15 A 24		EDAD 24 O MAS	
	F	M	F	M	F	M	F	M	F	M	F	M	F	M	F	M	F	M
	CARICATURAS	2	-	1	-	-	-	6	6	6	2	3	-	7	6	4	4	5
TELENOVELAS	-	1	1	1	2	-	3	3	7	3	10	-	4	1	12	2	14	1
COMICAS Y ENTRETENIMIENTO	5	4	1	2	3	-	5	3	4	4	7	-	6	5	11	12	9	7
POLICIACAS	2	3	4	-	-	9	-	-	7	5	3	-	1	6	15	16	10	10
NOTICIEROS	1	-	3	2	3	-	-	3	4	3	5	-	2	1	9	7	8	7
DEPORTIVOS	1	-	-	-	1	-	2	2	2	2	1	-	-	1	2	4	2	5
PELICULAS	1	1	-	-	1	-	1	2	1	3	1	-	3	1	7	5	4	1
NO CONTESTARON	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3	-

CUADRO Nº 10

GRADO DE ESCOLARIDAD	FEMENINO	MASCULINO
PRIMARIA.	22	10
SECUNDARIA.	25	25
PREPARATORIA.	7	12
PROFESIONAL.	15	13
COMERCIO.	12	-
NO CONTESTARON.	7	2

GRADO DE ESCOLARIDAD DE LOS ENTREVISTADOS.

CONCLUSIONES

Es indudable que las empresas propietarias de los medios de comunicación como la televisión, las agencias de publicidad y los anunciantes, según sus propias declaraciones, tienen como finalidad única el lucro y el beneficio egoísta personal.

Está probado que para lograr la masificación de la población de Torreón, la asociación de propietarios de los medios, anunciantes y agencias de publicidad, propician el abatimiento de la cultura, la elevación de los índices delictivos, el aumento de la violencia y la erosión de la moral social.

Está probado por numerosos estudios, que la publicidad excesiva y la exhibición constante de crímenes y violencias, acciones guerreras y policiacas sangrientas, etc., tanto en la televisión como en los otros medios de comunicación, propician de manera irreversible el deterioro de la moral social, el adormecimiento de los pueblos, y la creación de un ambiente negativo con estos hechos y sus consecuencias.

Dado el desarrollo que ha tenido la Región Lagunera, los medios de comunicación han tenido un crecimiento acelerado en los últimos años, provocándose el aumento de la publicidad a nivel local y en el ramo industrial se ha obligado a crearse nuevos centros de trabajo con diversas actividades, creándose un punto estratégico más, para los intereses extranjeros y sobre todo por la corta distancia que existe a la frontera con los Estados Unidos.

Que la dependencia del extranjero de la televisión la hacen - sumamente permeable a políticas de imposición de normas y marcos de convivencia extranjeros, con sus implicaciones políticas. Que un ejemplo claro de estas políticas se percibe en las series llamadas de Acción, en las que se trata de presentar a la policía como factor vital de la vida de las comunidades, no importa cuan arbitraria y violenta sea, haciendo ver como cosa natural e indispensable actos tales como, la violación, el secuestro y el asesinato, la violación a normas y conceptos reconocidos, como se establece en series filmadas en el extranjero.

De acuerdo a los datos proporcionados en la (hoja No 21) con respecto al crecimiento de la población se refleja un crecimiento muy fuerte y el problema sobre la orientación que se tiene de la televisión, y que va a continuar siendo la misma es otra preocupación - de este estudio, ya que la población sigue creciendo y desde ahora se deben de tomar las medidas necesarias para la elaboración de programas y publicidad televisiva (ver cuadro No 2) que indica las estimaciones de población para la ciudad de Torreón hasta el año 2,000; una población muy considerable para tomarsele en cuenta y ofrecerle una programación televisiva más acorde con su medio y su desarrollo.

Tenemos que la mayor parte de la población en Torreón es joven, y si tomamos en cuenta que los programas y comerciales de la televisión van dirigidos en especial a los niños y a los jóvenes, tenemos como resultado, que es muy grande la afectividad de ésta en Torreón, si a esto le añadimos que en el renglo de la educación pre-escolar y en el de los espacios recreativos y deportivos la ciudad presenta un déficit en ambos, opción que nos hace afirmar la gran participación de estos mensajes televisivos en las formas de vida de los laguneros.

El desarrollo de los medios de comunicación en la Comarca Lagunera a ido a la par con el de la población; algo que se puede -- afirmar, es la extensión de los monopolios de estos medios, prueba de ello son los canales de televisión pertenecientes a Televisa, como lo son: los canales 4 y 11 de Torreón repetidoras del 5 y 2 de México; la radio de la misma manera se encuentra afiliada a diferentes grupos de la ciudad de México. (ver cuadro No 5).

Hemos llegado a un punto muy importante con relación a los resultados arrojados de las encuestas que se aplicaron, las cifras -- que a continuación leeremos, hablan mucho de lo que el televidente -- como tal, puede exigir en su provecho de la programación televisiva. El 50% de los receptores de televisión asignan una alta credibilidad al mensaje de las series policíacas, estos declaran que así deberían de actuar los policías en Torreón, como los que salen en la tele-- visión; el 16% pide programas instructivos; el 3% exige más espaa-- cios noticiosos; el 1.3% se queja del exceso de propaganda y finalmente el 72.0% se declara "satisfecho" con la televisión.

Todo esto ageno a sus costumbres, agravando el problema de la identidad como una sociedad determinada con ciertas características propias, opacadas por la frecuencia de estos mensajes televisivos -- que ocupan horarios estratégicos dentro de la programación.

Sin lugar a dudas podemos afirmar de acuerdo a los resultados de las encuestas, que existen patrones de vida norteamericana que se implantan en la región a través de la televisión.

Por otra parte tenemos que ningún entrevistado respondió que --

los mensajes de la televisión los orientara o les ayudara a distribuir su dinero de tal manera que les alcanzara para sus necesidades, tampoco se obtuvo ninguna respuesta en cuanto a que los mensajes - los instruyera en alguna rama o simplemente algún comentario ilustrativo, lo que refleja claramente que la televisión adolece de esta función social para el mejoramiento del individuo en su vida cotidiana.

También se puede observar que los encuestados se niegan a declarar abiertamente que son varias las horas del día que ocupan en ver la televisión, por lo que se explica como el individuo se va nulificando y haciendo conformista poco a poco, aceptando pasivamente lo - que se le da, sin dejarles opción a escoger o proponer gustos y/o - necesidades de programas afines a sus condiciones y criterio.

En cuanto al análisis de la programación televisiva, tenemos que en general las series que se transmiten por los diferentes canales de la región son de origen estadounidense, significando esto - la dependencia a que está sujeta una vez más la Comarca Lagunera.

En la ciudad de Torreón se observa también que se propicia la pasividad, el desvinculamiento de la realidad por la espera de soluciones "mágicas", la televisión crea falsos arquetipos, mitos y - símbolos irreales, fomenta el escapismo y afirma el conformismo, fomenta la implantación de marcos y normas de vida extrañas a nuestra sociedad, especialmente el "american way of life".

A pesar del desolador y negativo panorama de la televisión en

Torreón creo conveniente mencionar que se encontró algunos signos positivos que me parece conveniente señalar:

El decidido intento del Estado Mexicano de romper el monopolio de la televisión, mediante la operación del Canal 13 de T.V. que -- tiene poco de haberse inaugurado en la Comarca Lagunera.

El posible uso en forma inteligente y amplia del tiempo (12.5%), que la ley concede al Estado en los Canales Comerciales.

NOTAS FINALES

El uso que se hace de la televisión en la Comarca Lagunera es negativo, sirve solamente a los intereses de las grandes empresas, que en su mayoría son trasnacionales, deforman la realidad, manipulan la información, degradan el gusto y la cultura popular y erosionan los valores morales, afectan la posibilidad de llevar verdadera cultura a la población.

Se impone la creación de un sistema nacional de comunicaciones que responda a los ideales de beneficio común y social, que use los avances de la ciencia y de la tecnología en beneficio y utilidad de la población.

Es imprescindible estudiar y modificar en lo conducente las leyes relativas y los instrumentos para imponer su vigencia, para que respondan a la realidad y a los ideales de beneficio social nacional y, ante la situación presentada, críticas y consideraciones, los comunicólogos estamos obligados a preservar la más íntima de las libertades, la de pensamiento, actualmente en peligro, ya que nuestra capacidad de crítica racional y reflexiva desaparece sumulada ante el alud de sugerencias sutiles, subliminales y lamiuales, que incidiendo sobre la mente de los torreonenses provoca en forma automática respuestas y reacciones subconscientes, programadas, que no responden a nuestro interés ni al de nuestra sociedad, sino al de quienes nos las inocularon, sin nuestro consentimiento o aprobación. Por lo tanto no sólo los comunicólogos en defensa de nuestra libertad de pensamiento, debemos:

Propugnar porque la utilización de la televisión corresponda a los intereses nacionales en primer lugar, y después a los de los propietarios de los medios, de los anunciantes y de las agencias de publicidad, si no se oponen a los intereses nacionales.

Los comunicólogos de Torreón, ante la enajenación cultural e ideológica a que nos conduce actualmente la televisión, reclamamos que éstos fomenten la cultura y la creatividad, para lograr que el lagunero se identifique cada vez más con su medio, eliminando el coloniaje externo e interno.

B I B L I O G R A F I A

- 1.- ADORNO, Theodoro W.
"La Televisión como Ideología" pp 5-36
Nueva Política, Vol. 1. No 3 jul-sep. 1976
- 2.- ALTHUSSER, Louis.
Ideología y Aparatos Ideológicos de Estado.
Medellin, Colombia, ed. Pepe 1978, p 84
- 3.- CAZENEUVE, Jean.
El Hombre Telespectador.
Barcelona, Ed, Gustavo Gili, (Col Punto y Línea), 1978.
- 4.- CREMOUX, Raúl
"La Generación Xerox" p 63-82
México, Nueva Política, Vol 1, No 3 jul-sept, 1976
- 5.- CREMOUX, Raúl
¿Televisión o Prisión Electrónica?
México, F.C.E. (Archivo del Fondo) 1974
- 6.- DE FLEUR, M.L.
Teorías de la Comunicación Masiva (4a. edición)
Buenos Aires, Ed. Paidós, (Mundo Moderno), 1979
- 7.- DICCIONARIO, Pequeño Larousse Ilustrado
México, D.F. Ed Larousse 10a tirada 1974
- 8.- ESTEVA, Gustavo
"El Estado y Los Medios
Los Medios del Estado y Los Fines de los Medios. p, 37-54
México, Nueva Política, Vol 1. No 3 jul-sept 1976
- 9.- ENZESBERGER, H.M.
"La Manipulación Industrial de Las Conciencias".
México, Deslinde No 40, UNAM, 1973
- 10.- ESSLIN, Martín.
"El Impacto de la T.V. " p 27-36
México, Nueva Política, Vol 1. No 3 jul-sept 1976.
- 11.- ECO, Umberto.
Apocalípticos e Integrados ante la Cultura de Masas.
Barcelona, Ed Lumen, 1975
- 12.- GUERRA, Eduardo
Historia de Torreón.
Torreón, Coahuila 1931

- 13.- GUTIERREZ, Vega, Chauvet, Becerril, ETAL.
Ciencias de la Comunicación.
México, UNAM. 1973
- 14.- MATTELART, Armand.
"El Control de los Medios , Una Nueva Batalla", p 55-62
México, Nueva Política, Vol 1. No 3 jul-sept 1976
- 15.- MATTELART, Armand
Comunicación Masiva y Revolución Socialista. (4a Edición)
México, Ed Diogenes.
- 16.- MATTELART, Armand
La Cultura como Empresa Multinacional.
México, Ed. Era Serie Popular.
- 17.- Mc Quail, Denis
Sociología de los Medios Masivos de Comunicación
Buenos Aires, Ed Paidós 1972
- 18.- Plan Director Urbano de la Ciudad de Torreón, 1978
- 19.- RAMOS, Navas Germán.
Suplemento Periódico Excelsior, La Semana de Bellas Artes,
No 180, 13 de mayo de 1981.
- 20.- SELENE, Delia de Dios de Puente y Otras.
Medios de Comunicación Masiva, Inédito
- 21.- SILVA, Ludovico.
Teoría y Práctica de la Ideología.
México, Ed Nuestro Tiempo 1975.
- 22.- TAUFIC, Camilo
Periodismo y Lucha de Clases. La Información como Forma del Poder Político, México, Ed Nueva Imágen.
- 23.- VIZCAINO, H. Salvador, Estructura de Torreón.
Torreón Coahuila, 1983.

FALLA
DE

ORIGEN.

SERVICIOS DE
MICROFILMACIÓN.