



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLITICAS Y SOCIALES

Aproximacion a la Televisión Privada: Antecedentes y Realidades El Niño Frente a la Televisión

T E S I S

Que para obtener el título de:
Licenciado en Ciencias de la Comunicación

P R E S E N T A:
MARXIA XALTIN RIVERA PALENCIA

Asesor de Tesis: Hector Parker V.



Universidad Nacional
Autónoma de México



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 está 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.

INDICE

-	Introducción.	
1.	Comunicación	1
	1.1. Interpretación materialista de la comunicación	2
	1.2. Proceso de comunicación	4
	1.3. Medios de comunicación en el sistema capitalista	6
2.	Televisión Privada	12
	2.1. Programación	21
	2.2. Televisa: Hoy en día	27
	2.3. Marco Legal	31
3.	Televisión infantil	37
	3.1. Antecedentes	37
	3.2. El niño frente a la televisión	39
4.	Técnica de análisis: Monitoreo de los programas infantiles	46
	4.1. Definición y aplicación de categorías de análisis	48
	4.2. Resultados del Análisis	50
5.	Conclusiones	66
6.	Bibliografía	68
7.	Hemerografía	74
	Anexo 1	
	Anexo 2	

INTRODUCCION.

Una investigación debe plantearse primeramente los objetivos que persigue y los medios o formas de alcanzarlos. Así, el presente trabajo intenta presentar un análisis de la programación infantil en la televisión privada.

La importancia del tema reside en el hecho de que, según estudios gubernamentales, el niño que habita en las zonas urbanas pasa una tercera parte del tiempo que permanece despierto frente a una televisión. Asimismo, México cuenta con el 26.2% de la población compuesta de personas de 0 a 9 años de edad y en el Distrito Federal existen 3 millones y medio de niños en edad pre-escolar, lo que da cuenta de la gravedad del asunto.

De esta forma, en sus primeros años, el niño recibe de la televisión un buen número de enseñanzas.

En consecuencia, el objetivo de la investigación consistirá en analizar los programas infantiles en el contenido para así poder determinar: ¿Qué es lo que transmiten los programas infantiles? ¿Cuáles son las categorías que con mayor frecuencia aparecen en estos programas?

De ahí que la estructura de la presente tesis gire en torno a las siguientes hipótesis centrales:

- a) La televisión goza de mayor influencia en el público infantil aprovechando su amplia permeabilidad a los impactos televisivos, mediante los cuales se predetermina, en buena medida, su ulterior forma de pensar y actuar, haciéndola compatible con el sistema de producción capitalista.
- b) "Los programas infantiles constituyen los medios ad hoc a través de los que se favorece el mantenimiento del statu quo."

El contenido de esta investigación estará compuesta por cinco capítulos.

En el primero, se define el concepto "comunicación" desde un cúmulo de enfoques diversos. Se parte, asimismo, de la interpretación materialista de la historia, según la cual la comunicación forma parte del todo social, por lo tanto los medios de comunicación, y en este caso particular la televisión, deben ser abordados dentro del modo de producción capitalista.

En seguida, se observan los elementos que determinan la estructuración y el desarrollo de la televisión mexicana, que permitirá comprender cuáles son los intereses y objetivos que se encuentran en la programación televisiva. No se puede en

este trabajo de investigación trata lo concerniente al marco jurídico que delimita formalmente los márgenes de acción de la televisión mexicana.

En el tercer capítulo, se enumeran las características de la televisión infantil con base a diversos trabajos que se han realizado por investigadores mexicanos, salvando, las limitaciones bibliográficas sobre el particular.

A continuación se define la técnica de análisis, que es el instrumento adecuado para comprobar las hipótesis antes señaladas. La técnica de análisis que se utiliza es el monitoreo, el cual permite ordenar el material y hacerlo manejable, además de que proporciona los elementos del discurso televisivo.

La muestra que se toma son los programas transmitidos por Televisa, S. A. de una semana. La razón por la que se analizan los programas de esta empresa privada, es porque de acuerdo a un muestreo realizado por académicos de la Universidad Pedagógica Nacional, el 89.6 por ciento de los niños adictos a la televisión prefieren la privada.

Son tres los programas que sirven como muestra y que de acuerdo a los ratings -- proporcionados por Televisa, S. A. son los de mayor auditorio infantil: He-man, Topo Gigio y Chiquilladas.

A estos programas se les aplicó 12 categorías de análisis que son definidas por los investigadores Elizabeth Fox y Luis Ramiro Beltrán en el libro "Comunicación dominada".

Fox y Beltrán realizaron una investigación de la televisión colombiana y encontraron dichas categorías, posteriormente se grafica el resultado del análisis de los programas infantiles de acuerdo a la aplicación de categorías encontradas en cada uno de los programas. Y, por último, se anexan la carta de programación de Televisa, S. A. de la semana correspondiente del 22 al 28 de septiembre de 1986, así como los formatos correspondientes al monitoreo.

A pesar de las limitaciones que se encuentra a través de la presente investigación, espero sinceramente que resulte útil y benéfica para todos aquellos que, como yo, ambicionan que el contenido de la televisión infantil, sea cada día mejor y que el niño encuentre en sus mensajes un camino para su adecuado desarrollo y su peración.

I. COMUNICACION.

El concepto de comunicación* es definido de diferentes maneras. Existe, por tanto, una gran diversidad de significados, algunos de los cuales se enumerarán a continuación:

Comunicación es el proceso vital mediante el cual un organismo establece una relación funcional y con el medio, realiza su propia integración de estructuras y funciones de acuerdo a las influencias y estímulos que recibe del exterior en permanente intercambio de información y conducta. - (1)

Otros autores sostienen que la comunicación es lo que

Traduce el pensamiento en acto y refleja todas las emociones y todas las necesidades, desde los gestos más simples que permiten la continuidad de la vida hasta las manifestaciones supremas de la creación o de la destrucción. (2)

Para Jaime Goded supone:

Poner en relación a los emisores y a los receptores a través de un objeto de comunicación, de un mensaje**. La comunicación entre los hombres es un fenómeno global, un momento dinámico de las redes de unión de los hombres en sociedad, el contacto establecido entre los emisores y los receptores.

La comunicación humana es un fenómeno social particular que constituye un aspecto constante en la vida social, un proceso continuo que tiene lugar, alternativa o simultáneamente en diversos niveles (orgánico, individual, social), a través de distintos canales (audiovisual, visual, táctil, olfativo, gustativo) y diferentes direcciones. (3)

Por otra parte, Abraham Moles define la comunicación como:

La acción de participar a un individuo u organismo, situado en un momento y en un punto dado, de las experiencias y estímulos del medio ambiente o contexto de otro individuo (u otro sistema) situado en otro lugar y momento, utilizando para ello los elementos de conocimiento que tienen en común. (4)

A partir de las consideraciones anteriores se pueden observar las siguientes características de la comunicación:

- a) Constituye un hecho esencialmente humano que actúa tanto en el orden individual como en el social; se trata de una actividad propia del hombre porque implica necesariamente una intención. Toda comunicación es pro-

* El término comunicación procede del latín comunis que significa "poner en común".

** En otro capítulo se ampliarán estos conceptos.

ducto de un deseo, de una intención, de comunicar algo. Los hombres se comunican porque desean hacerlo y porque lo necesitan para asegurar su subsistencia.

- b) La comunicación opera en el nivel de las relaciones entre emisor y receptor. Es la posibilidad real de intercambio entre éstos.
- c) La comunicación exige la posibilidad de respuesta del receptor. Para -- que exista comunicación, es indispensable que entre el emisor y el receptor se establezcan relaciones mutuas, posibilidades de transmisión y recepción bilateral. Así pues, consiste en un intercambio permanente -- de mensajes, en el que el receptor inicial se convierte en emisor que a su vez se torna en receptor y así sucesivamente.
- d) En la comunicación, el mensaje y su significado* tienen un papel fundamental; en este sentido, representa un intercambio de significados, cuya concreción supone que los participantes posean un código en común por -- signos** cuyo significado haya sido convenido previamente en el seno de la organización social a la que pertenecen.

En conclusión, puede decirse que la comunicación a través de signos y símbolos es un hecho eminentemente humano, cuya naturaleza está determinada -- por el intercambio de significados entre los hombres; es a un tiempo un hecho individual y social.

Si bien la comunicación es un hecho constante, permanente, sus formas y medios de expresión se transforman de acuerdo al desarrollo de las sociedades y, de manera concreta, al de las formaciones económico-sociales***. Es pues, como parte de la totalidad de una sociedad históricamente determinada, donde la comunicación puede ser comprendida objetivamente.

1.2 Interpretación materialista de la comunicación.

Para poder conocer científicamente un fenómeno social es imprescindible -- remitirse al estudio de la totalidad social que lo circunscribe y lo determina.

* "Significante y significado son las dos caras de un signo, el signifi-- cante (lo que significa es lo perceptible en un signo el significado es lo contenido o transportado por el significante" Godad, Jaime. 100 puntos sobre la comunicación de masas en México, Juan Pablos Editor, 1985 p.172.

** "Elemento que presenta la cosa. Unión de un significante y un signifi-- ficado. Cosa que evoca la idea de otra, Combinación de la imagen -- acústica (significante). Y el concepto (significado)". Loc.cit.

*** Se utiliza el término Formación Económico-Social siguiendo el concep-- to de Nicos Poulantzas quien señala: "Sólo existe de hecho una forma-- ción social históricamente determinada; es decir, un todo social --el sentido más amplio-- en un momento de su existencia histórica. La for-- mación social constituye por sí misma una unidad compleja con predomi-- nio de cierto modo de producción sobre los otros que la componen". Poulantzas, Nicos. Poder político y clases sociales en el estado capita-- lista. Ed. Siglo XXI, 1976, p. 6

La comunicación no puede explicarse sólo como un hecho individual (aunque actúe también en este nivel), aislado de un todo social; se trata, en realidad, de un acontecimiento enmarcado en un hecho histórico, que se desarrolla en todos los niveles de la vida colectiva.

No es sino con la teoría del Materialismo Histórico* y en especial con su Método Dialéctico**, que la explicación de los fenómenos sociales cobra una nueva dimensión científica, puesto que permite que cada fracción de la realidad sea explicada a partir del conjunto social que lo enmarca y lo constituye. Esto significa, que para el Materialismo Dialéctico las causas últimas que explican la existencia y evolución de los fenómenos sociales que analiza, no se localizan en la esfera inmediata a la que pertenecen o en la categoría convencional en la que formalmente el analista las ubica, ni en su primera manifestación exterior, sino en el conjunto de relaciones sociales que convergen para darle vida como realidad concreta. (5)

Para J. Esteinou la posibilidad de comprender científicamente un fenómeno social, como ya se ha señalado, implica remitirse al estudio de la totalidad social que lo circunscribe y lo determina, en virtud de que la esencia de su naturaleza social no le proviene de sí mismo, sino del todo social que de manera múltiple y compleja, converge en un mismo tiempo y espacio social, originando, por determinación, su existencia concreta

... precisamente porque la realidad es un todo estructurado que se desarrolla y se crea, el conocimiento de los hechos, o de conjuntos de hechos de la realidad, viene a ser conocimiento del lugar que ocupan en la totalidad de la realidad. (6)

La interpretación de los hechos con la perspectiva anteriormente señalada, no significa que este método pretenda conocer todos los aspectos de la realidad sin excepción, y ofrecer un cuadro total de aquélla, sino que es una teoría de la realidad y de su conocimiento como tal***.

* "El materialismo histórico o Ciencia de la Historia tiene por objeto el concepto de historia, a través del estudio de los diversos modos de producción y formaciones sociales de su estructura, de su constitución y de su funcionamiento, y de las formas de transición, de una formación social a otra". Poulantzas, Nicos. Poder político y clases sociales en el estado capitalista. Ed. Siglo XXI, 1976, p. 1

** "El materialismo dialéctico o filosofía marxista, tiene por objeto propio la producción de los conocimientos, es decir la estructura y el funcionamiento del proceso de pensamiento. Propiamente hablando el materialismo dialéctico tiene por objeto la teoría de la producción científica". Loc.cit.

*** "Si la realidad es entendida como corrección, como un todo que posee su propia estructura (y por tanto, no es algo caótico), que se desarrolla (y por ende no es algo inmutable y dado de una vez para siempre) que se va creando (y en consecuencia, no es todo perfectamente acabado y variable sólo en sus partes singulares o en su disposición)" Kosik, Karel. Dialéctica de lo concreto. México, Ed. Grijalvo, 1967, P. 75.

Conviene apuntar ahora que para analizar un fenómeno social es necesario diferenciar dos esferas complejas que dan cuerpo a la sociedad: estructura y superestructura.

La estructura económica agrupa al conjunto de relaciones de producción y las fuerzas productivas; la superestructura en cambio, comprende los parámetros que separan a la sociedad, en civil y política*. Es importante señalar que la estructura y la superestructura se encuentran orgánicamente vinculadas.

Es imposible, pues, concebir una sociedad concreta si no es a condición de tomar conjuntamente producción y distribución, relaciones de producción y relaciones sociales, estructura económica y nivel ideológico-político, estructura y superestructura. (7)

Así las cosas, al estudiar el fenómeno de la comunicación desde la perspectiva-materialista, se observa que las formas, los instrumentos, los contenidos y los significados de la misma ocurren en la totalidad social, y se expresan en la superestructura, acorde con las necesidades establecidas por las relaciones sociales y por el nivel de complejidad de las sociedades.

Esto, nos conduce a comprender que toda práctica comunicativa a nivel colectivo, está determinada en última instancia por la estructura económica que la soporta; lo que significa, que la base económica de la sociedad ejerce una relación de determinación en última instancia sobre el proceso y la naturaleza de la comunicación colectiva que se produce, circula y consume en la superestructura de la sociedad. (8)

De esta forma, el presente trabajo busca analizar la comunicación dentro de un todo social. Se dice que dentro de un conjunto social nada está aislado, nada es por sí mismo, la comunicación en general y los medios de comunicación en particular no podrían ser la excepción de este principio.

Pensar en totalidad significa tomar en cuenta todas las variables y sus relaciones posibles, tanto en un plano abstracto como en su máxima concreción. De lo contrario, se produce una deformación, casi siempre intencionada, que en los hechos, en el caso de la comunicación, viene a beneficiar a quien detenta el polo emisor. (9)

1.3 Proceso de Comunicación.

Todo proceso de comunicación humana, por referirse a la vida social, adquiere connotaciones propias; forma una simbiosis en la que cada parte, cada acto, cada palabra tienen que estar indisolublemente unidos.

* Para Gramsci la sociedad civil se define como "el conjunto de relaciones sociales prácticas e ideológicas (todo el tejido social infinitamente variado, todo el contenido humano de la sociedad dada) que se instaura y vive sobre la base de ciertas relaciones de producción determinada" Texier, Jacques. Gramsci, Teórico de la Superestructura México, Ediciones de Cultura Popular, 1977, P. 60

Seccionar el proceso de comunicación es prácticamente imposible. En toda formación social coexisten complementándose, influyéndose o integrándose mutuamente, los diversos aspectos de la comunicación. Por no ser materia del presente trabajo se obviarán los elementos que dan vida al proceso indicado líneas arriba.

En el proceso de comunicación masiva es factible reconocer -con sus variantes - elementos que se encuentran presentes en la comunicación interpersonal, como -- son: Emisor, Mensaje, Canal o Medio, Receptor.

A) Emisor.- Se entiende por emisor a todo ser que elabora un mensaje, actividad tal que puede hacer un individuo o un grupo.

En el sistema capitalista el emisor no sólo es el que emite el mensaje, sino, - además, hace posible su producción mediante el capital invertido en ello (los - propietarios de los medios).

Los emisores constituyen un instrumento exclusivo para los fines de las clases y segmentos sociales que cuentan con el poder de decisión sobre aquéllos, o sea, son:

Una instrumentación de los mensajes destinados a favorecer los intereses de grupos o de clases que presentan en contra de los intereses de mayoría receptora y de la comunidad en conjunto. (10)

B) Mensaje.- Es el elemento objetivo del proceso; lo que el emisor estructura y llega a los sentidos del receptor, cuya composición requiere necesariamente de un código o sistema de signos y/o símbolos.

En la comunicación masiva el mensaje puede ser presentado en formas variadas: - visuales, auditivas, audiovisuales, etc.

En la sociedad contemporánea el mensaje es el que transporta e inculca el discurso de las diferentes concepciones de la realidad, propias de la clase que - sustenta el poder.

C) Canal o Medio.- Es el vehículo a través del cual se propaga un mensaje, - ya sea impreso, visual, audiovisual, auditivo, etc.

Los medios operan como los intermediarios técnicos de las relaciones sociales - que se entablan en el interior y exterior de las diversas clases sociales que - constituyen la formación social.

D) Receptor.- Es toda persona que recibe un mensaje; sin que ello implique -

que deba ser considerado como masa homogénea y compacta de individuos, habida cuenta que en toda sociedad existe una diversidad de condiciones (superestructuras) que determinan la convivencia social. De igual forma, el receptor no debe ser percibido como un auditorio aislado y desvinculado del sistema social.

Los receptores no leen o decodifican la producción discursiva de los medios de igual forma, sino de una manera singular y propia, según su formación y el papel que jueguen en la producción.

Una vez definidos en términos generales los elementos que dan cuerpo al proceso de comunicación, sería conveniente realizar un breve análisis sobre los medios de comunicación.

1.4 Medios de comunicación en el sistema capitalista.

Como resulta comprensible, el propósito de este capítulo no es analizar el desarrollo y funcionamiento del sistema capitalista, tarea abordada ya en forma exhaustiva por diversos autores*, sino identificar algunos elementos que permitan explicar y comprender el origen y función de los medios de comunicación en el sistema de referencia.

Para efectos del presente estudio se entenderá por medio de comunicación a todo instrumento o soporte del mensaje, que se caracteriza por llegar con sus mensajes a un público amplio, a saber: prensa, cine, televisión y radio.

El surgimiento de los medios de comunicación se encuentra determinado principalmente por la transformación económica dada en el modo de producción. Sobre el particular Carlos Villagrán apunta que:

" El proceso de industrialización trafa consigo la masificación de la producción y naturalmente, y como resultado lógico, la masificación del consumo son las necesidades, y dominación y control, las que van a requerir de la utilización de medios masivos de comunicación. Estos no surgen como resultado fatal e ineluctable del curso de la historia, sino como repuesta a requerimientos urgentes de un tipo de desarrollo y de modernidad fácilmente identificable con nombres y apellidos: la sociedad capitalista. (11)

En la sociedad capitalista es posible observar, entre otras cosas, una acentua

* Véase, por citar algunos ejemplos, las obras de Marx, Engles y Lenin.

da concentración poblacional (grandes urbes con gran número de personas), y la necesidad creciente de la clase dominante de mantener el control de las demás clases sociales. Lo anterior, como es evidente, ha requerido un desarrollo -- sostenido de las fuerzas productivas, originando un sistema de comunicación social de nuevo tipo, moderno y ajustado a las nuevas necesidades hegemónicas de quienes detentan los medios de producción.

En el capitalismo los medios de comunicación tienen características propias, - las cuales describe Hans Enzensberger:

- 1) Programación controlada centralmente
- 2) Un transmisor, muchos receptores
- 3) Inmovilización e individuos aislados
- 4) Conducta pasiva del consumidor
- 5) Despolitización
- 6) Producción a cargo de especialistas
- 7) Control de capitalistas o burocracias. (12)

Las características anteriormente indicadas obedecen a intereses claros de la clase dominante que busca presentar a través de los medios a la sociedad como:

un orden natural, independiente de los intereses de clases y elaborado - con un gran refuerzo de doctrinas morales y jurídico-políticas para de-- fender valores llamados universales (libertad, democracia, justicia, -- etc.), es en realidad un orden burgués cuyo origen se ha perdido de vista y que impregna todas las representaciones colectivas. (13)

De ahí que en la medida en que la clase dominante detente los medios de comunicación será su propia concepción del mundo la que tenderá a imponerse como principio general en la sociedad, pues no hay que olvidar que, como sostiene Márx, los pensamientos de la clase dominante son, también, en todas las épocas, los pensamientos dominantes.

Para asegurar su legitimidad, el modo de producción capitalista ha desarrollado una serie de mecanismos que brindan racionalidad a su dominación social. Unos de ellos los representan los medios de comunicación que expresan, por un lado, el sistema de dominio y por otro, constituyen un factor importante en la legitimación de la sociedad capitalista. De esta suerte, los medios, a través de los contenidos, transmiten una serie de metas y estereotipos justificantes de la explotación capitalista.

En suma, la propiedad y control de los medios de comunicación, excepción hecha de las estaciones estatales de radio y televisión y de algunos otros medios, se concentran en un reducido número de empresarios.

Por otro lado, además de las características de los medios de comunicación ya señaladas, habría que orientar el análisis hacia otro elemento no menos importante: La publicidad*.

Como se ha apuntado, el surgimiento de los medios de comunicación se encuentra relacionado con los requerimientos del desarrollo capitalista de la sociedad, siendo los medios el canal adecuado para expresar las necesidades de la publicidad que le permiten cumplir así su función en la dinámica capitalista. A través de la publicidad las empresas se anuncian a un amplio mercado y aceleran el proceso de circulación del capital. En efecto, después de haber producido las mercancías, el discurso publicitario transmitido por los medios de comunicación reduce el tiempo de exhibición comercial de los bienes y su venta, si se toma en cuenta que el mensaje publicitario llega a un gran número de gente en tiempos mínimos.

Así la práctica publicitaria que desarrollan los medios de comunicación reduce el tiempo de rotación del capital, al ser consumidas las mercancías elaboradas por la industria capitalista, en un lapso mínimo, por la población. Hay -- que agregar que en el discurso de la publicidad se introduce como variable social el valor de uso de las mercancías, lo que permite que éstas sean consumidas, no por lo que encierran sus cualidades materiales, sino por lo que representan socialmente. De esta manera la población no sólo adquiere determinados bienes, sino que adopta un "modo de vida".

Es importante destacar que los medios de comunicación dependen vitalmente de la publicidad para su financiamiento, pues es a través de la venta de anuncios como los dueños de los medios obtienen ganancias y producen sus mensajes.

Hasta aquí se han enumerado una serie de elementos que permiten comprender el papel de los medios de comunicación en el sistema capitalista. En el siguiente capítulo se abordará de manera específica, el desarrollo de la televisión privada en una economía periférica integrada a la dinámica capitalista. Se ha seleccionado a México como una unidad tipológica de estudio por ser uno de los-

* "Publicidad es un conjunto de técnicas y medios de comunicación dirigidos a atraer la atención del público hacia el consumo de determinados bienes o la utilización de ciertos servicios". Bernal Sahagún, Víctor. Anatomía de la publicidad en México. Ed. Nuestro Tiempo, 1974, p. 49.

países periféricos donde la televisión privada se ha consolidado, de tal manera que actualmente sólo existe un consorcio televisivo privado en todo el país, a nivel nacional, denominado Televisa, S.A.

NOTAS BIBLIOGRAFICAS

- 1) Menéndez, A. Comunicación social y desarrollo, México, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM. 1977, p. 9.
- 2) Mac. Bride, Sean, et al. Un sólo mundo, Voces múltiples. México, Fondo de Cultura Económica, 1980. p. 19.
- 3) Goded, Jaime. 100 puntos sobre la comunicación de masas en México. México-Juan Pablos Editor, 1985 p. 134-135.
- 4) Moles, Abraham. Muro de comunicación y opulencia comunicacional en Cuadernos de comunicación, Julio 1975, p. 13.
- 5) Esteinou, Javier. El estudio materialista de la comunicación de masas. -- México, Taller de investigación de comunicación masiva No. 1, Universidad-Autónoma Metropolitana, 1979, p. 8.
- 6) Kosik, Karel. Dialéctica de lo concreto. México, Ed. Grijalvo 1967, p. 62
- 7) Colletí, Lucio. Marxismo y sociología. México, Ed. Quinto Sol 1981.
- 8) Esteinou, Javier. Ob Cit. p. 16 - 17
- 9) Paoli, J.A. Comunicación, México, Ed. Edicol, 1979, p. 72.
- 10) Wright Mills, C. Poder, Política, Pueblo. México, Fondo de Cultura Económica, 1975, p. 459.
- 11) Villagrán, Carlos. "Los problemas de la ideología y la ciencia de la comunicación". en Revista Mexicana de Ciencias Políticas y sociales, - - - FCPyS-UNAM, 1977, p. 75.
- 12) Enzensberger, Magnus H. Los medios de comunicación colectiva, México - - FCPy S UNAM, 1976, p. 83.

- 13) Mattelart , Armand. et al. Los medios de comunicación de masas. Caracas,-
El Cid Editor, 1977, p. 26

2. TELEVISION PRIVADA

Sin duda el surgimiento de la televisión privada obedece a nuevas formas de desarrollo del sistema capitalista. En efecto es a partir de 1940, con el aumento del mercado interno y con los procesos de acumulación original y de capitalización, que el Estado adquiere nuevas funciones de empresario y las clases dominantes se ven forzadas a seguir nuevas pautas de inversión, generando con ello una amplia variedad de cauces para la movilidad socioeconómica de las clases media y baja.*

"Se reavivó el crecimiento económico, lo mismo que la capacidad de satisfacer los deseos de movilidad de la población mexicana". (1) Asimismo, la expansión del capitalismo en México fue impulsada por procesos directamente vinculados al desarrollo extensivo del modo de producción capitalista, así como por un dinámico proceso de sustitución de importaciones, debidamente favorecidos por la política de protección a la industria, perfeccionada desde finales de los años cuarenta.

Por tanto, el mercado interno estaba listo para jugar un nuevo papel en la división internacional del trabajo, lo que implicó la persistente tendencia del capital extranjero a desplazarse hacia el sector industrial y, dentro de éste, -- particularmente, a las ramas productoras de bienes de consumo.

Cabe mencionar que las características de las inversión extranjera en México -- fueron las siguientes:

"En las postrimerías del gobierno de Cárdenas la inversión norteamericana representaba el 62% del total de inversiones extranjeras; en el período de Avila Camacho (1941-46) el 66%; en el de Alemán (1947-52) el 72%, en los cinco primeros años del gobierno de Ruiz Cortines (1953-57) el 74%." (2)

Es de señalarse que dicho capital foráneo se dirigió cada vez más al sector manufacturero, en detrimento de la inversión en rubros como la minería, los transportes, entre otros.

* De acuerdo con el concepto de Nicos Poulantzas, la clase social se define por su lugar en el conjunto de la división social del trabajo, que comprende de las relaciones políticas y las relaciones ideológicas.

Así, las empresas del sector de bienes de consumo* que, con el propósito de expandir su producción y aumentar sus ganancias, se instalaron en México, se vieron en la necesidad de estimular el desarrollo de dicho sector utilizando para tal efecto, la publicidad y financiando con ello un sistema de difusión masiva que ha permitido la realización de sus campañas publicitarias.

A la anterior, se sumó el interés de empresarios mexicanos para obtener ganancias de la actividad misma de la difusión masiva. De esta forma fue montado un sistema basado en el modelo norteamericano; esto es, al servicio de las necesidades publicitarias de las empresas.

"La razón principal por la cual el sistema mexicano de comercialización masiva fue estructurado tomando como modelo el operante en Estados Unidos fue el gran peso que tiene el capital norteamericano en la economía nacional y el hecho de haber demostrado ser un negocio altamente lucrativo." (3)

A juicio de Patricia Arriaga en Publicidad, Economía y Comunicación Masiva los elementos que determinaron la estructuración y el desarrollo de la televisión mexicana son principalmente:

- 1.- La industria electrónica extranjera interesada en ampliar el mercado de los aparatos relacionados con la televisión.
- 2.- Las empresas del sector de bienes de consumo, especialmente las extranjeras, dispuestas a financiar un sistema de difusión masiva que, al igual que el norteamericano, atendiera las necesidades de comercialización de sus productos.
- 3.- Los empresarios nacionales interesados en hacer de la televisión un negocio lucrativo.
- 4.- La televisión siguió el mismo desarrollo de la radio y se constituyó, casi desde su inicio, en un sistema financiado por la publicidad.

Así pues, la televisión surge con fines fundamentalmente mercantiles. Hoy en día, como resulta evidente, el rol que juega la televisión comercial es más complejo. En este rubro, Televisa representa un fenómeno monopolístico en los hechos, digno de ser analizado con suma atención. El origen de este consorcio se remonta 37 años

* Entiéndase por bienes de consumo: productos alimenticios, productos de tocador, automóviles y accesorios, productos del tabaco, equipo para el hogar, jabones y detergentes, medicinas de patente, ropa y calzado, bebidas alcohólicas, muebles y aparatos eléctricos, joyería, libros y material impreso, juguetes y artículos deportivos.

atrás. Es el 7 de septiembre de 1946 cuando surge la primera estación experimental de televisión, X.H.I.G.G., la cual, por espacio de dos años, difundió programas cada sábado: no obstante, fue hasta el 31 de agosto de 1950 cuando la televisión privada nació y cuya concesión fue otorgada a la empresa Televisión de México, S.A., propiedad de Rómulo O' Farril.

Los periódicos de aquella época consignaban la noticia en forma por demás festiva: "La maravilla de la televisión es desde hoy una magnífica realidad. La realización de esta deslumbrante maravilla se debe al esfuerzo de la estación X.H.T.V., Canal 4" *.

El 21 de mayo de 1951 inició sus transmisiones regulares el canal 2, X.E.W.T.V., concesionado a la empresa Televímex, S.A., propiedad de Emilio Azcárraga Vidaurreta, dueño además de importantes emisoras de radio.

El 18 de marzo de 1952 comenzó a transmitir la tercera estación de televisión en México, canal 5, X.H.G.C., concesionado al ingeniero Guillermo González Camarena, a través de la empresa Televisión González Camarena, S.A.

El 26 de mayo de 1955, los concesionarios de los canales de televisión 2, 4 y 5 decidieron constituir una empresa encargada de administrar y operar esas emisiones, cuyo nombre inicial fue "Telesistema Mexicano, S.A.", la cual al no tener el carácter de concesionaria, no incumplió lo previsto en el artículo 28 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, en el sentido de no permitir las prácticas monopólicas en México. De este modo, las concesiones permanecían en poder de las empresas que originalmente las obtuvieron.

Para el sexenio de Adolfo López Mateos (1958-1964) se habían otorgado en el país más de trescientas concesiones ** a los empresarios de la televisión y sólo promovido una estación de carácter cultural: el canal 11. Poco después, en el período de Gustavo Díaz Ordaz (1964-1970) se acentuó el interés en la función económica de la televisión, y el número de concesiones otorgadas en esa administración ascendió a casi setecientas *** en el país. El 1° de septiembre de 1968 empezó a funcionar la estación X.H.T.M., canal 8, con la -

* Datos tomados de Raúl Cremoux "A este lado de Televisa" Prólogo Aguilar Camín, Héctor; en El desafío Mexicano. Ed. Océano Nexos, pag. 283.

** Ibid., p. 84

*** Loc. Cit.

transmisión del IV Informe del Presidente Gustavo Díaz Ordaz. La concesión se otorgó a la empresa Fomento de Televisión, S. A. de C. V., de Televisión Independiente de México, empresa adscrita al grupo industrial Alfa.

Por su parte, la cadena de Telesistema Mexicano, con el canal 2 como emisora "nodriza" contaba, al 1º de agosto de 1971, con 50 repetidoras que ya cubrían con su señal toda la República Mexicana, desde Mérida, Chetumal y Tapachula hasta Mexicali, Nogales, Ciudad Juárez, Nuevo Laredo y Matamoros, haciendo uso de los más modernos medios de transmisión -incluyendo las microondas y los satélites de comunicaciones- y entrando a más de 2'500,000 de telehogares con cerca de 13'000,000 de espectadores. (4)

Como puede observarse, Telesistema Mexicano tenía gran penetración entre el público, no sólo del D. F., sino de toda la República Mexicana, en virtud de que disponía de la mayor cobertura nacional.

En diciembre de 1972 se concretó la fusión de Telesistema Mexicano y Televisión Independiente de México en una sola empresa encargada de administrar los recursos de que disponían ambas, y surgió Televisión vía Satélite, S. A., (Televisa). Cabe precisar que Televisa no es una empresa concesionaria, pues las concesiones de los canales 2, 4, 5 y 8 siguen en propiedad de las empresas que las obtuvieron originalmente. Televisa inició sus operaciones formalmente el 8 de enero de 1973. En esa misma fecha fue publicado un comunicado de prensa de Televisa, S. A., el cual señalaba que:

Los canales 2, 4, 5 y 8, a partir de hoy lunes, coordinarán su programación pretendiendo con ello ofrecer al público una imagen en las pantallas de la T.V., compartiendo así una preocupación del gobierno federal para que el entretenimiento tenga una conciliación positiva con la cultura y la educación.

La medida tomada por TSM y TIM también hará que Televisa, S. A. llegue a una producción mexicana de más de 70% de sus programaciones con los siguientes beneficios para productores, actores, músicos, técnicos y escritores nacionales.

Esta modalidad provocará al mismo tiempo un estímulo al genio creativo mexicano.

Una imagen remodelada, acorde a los tiempos de la sociedad contemporánea, será en síntesis la que recoja el gran esfuerzo de las dos empresas de T.V., -la más importante de habla española-. Televisa, S. A., al iniciar esta trascendental nueva etapa, asume su responsabilidad ante el público, y ofrece entregar su esfuerzo constante, cotidiano, entusiasta por superar el contenido de las transmisiones, cumpliendo en esa forma con la patriótica obligación que se traduce en grata tarea: servir a México". *

* Datos tomados del comunicado de Televisa, publicado en el periódico Excelsior del lunes 8 de enero de 1973.

Si bien el comunicado citado líneas arriba expresa los objetivos formales de Televisa, sería conveniente intentar analizar las implicaciones que conlleva la creación de esta empresa televisiva. Sobre el particular los más distintos puntos de vista han sido externados por diversos analistas. Así, por ejemplo, para Miguel Angel Granados Chapa, el nacimiento de Televisa es el resultado de un proceso típico de la competencia capitalista, así como la concentración de empresas, originalmente contendientes entre sí que finalmente deciden agruparse.

Por su parte, Armand Mattelart compara el consorcio de televisión con el Partido Revolucionario Institucional; al sostener que:

... el grado de monopolización de la T.V. comercial de México no ha sido prácticamente igualada por ningún país capitalista del centro o de la periferia, ya que todo ha ocurrido en este país como si la estructura política del partido único se hubiera transpuesto al sistema de T.V. comercial, evitando, por supuesto, la transferencia de las grandes contradicciones que atraviesan este partido único. (5)

En suma, puede decirse que la historia de la televisión comercial muestra la firme y paulatina expansión y penetración lograda en la sociedad mexicana.

En 1981, a propósito de las audiencias públicas sobre el Derecho a la información, el Lic. Humberto Barbosa, Director Jurídico de Asuntos laborales de Televisa en aquella época, informó que en 1979 la cobertura de la empresa llegó a 7 millones de telehogares, lo cual representaba 41 millones de televidentes.

"No hay un punto de comparación entre el Telesistema Mexicano de principios de los años cincuenta, y Televisa. Aquello era una empresa que utilizaba su experiencia con fines fundamentalmente mercantiles; ahora que éstos han logrado un cauce irreversible el proyecto político ocupa una prioridad central". (6)

Se enuncian a continuación las empresas propiedad de Televisa en 1981.*

* Fuente: Humberto Barbosa, ponencia presentada durante las audiencias públicas sobre el Derecho a la Información, organizada por la H. Cámara de Diputados, el 10 de abril de 1981.

A) TELEVISION

Televisa, S. A.
Televisora de la Laguna, S. A.
Televisa Europa, S. A.
Televisora Potosina, S. A.
Televisa International
Marketing Group

International Satellite
Network
Univisión
Promociones y Filmaciones para Te
levisión, S. A.

B) RADIO

Sistema Radiópolis, S. A.
Producciones Artísticas
no americanas, S. A.

C) EXPORTACION

Productora de Teleprogramas, S.A.
Galavisión
Unitan, S.A.

Y LAS ESTACIONES:

XEW-AM Y FM
XEX-AM Y FM
XEQ-AM
XEWK en Guadalajara, Jal.
KEWW Onda Corta

D) PUBLICACIONES

Editorial Televisión, S.A.
Provenemex, S.A. de C.V.
Edivisión Cia. Editorial, S.A.
Editorial Palsa, S.A.
International Graphics

E) ESPECTACULOS

Promotora Nacional de Espectáculos,
S.A.
Promovisión Mexicana, S.A.
Imagen y Talento, S.A.
Móvil Espectáculos, S.A.
Magnaverde Productions
Club de futbol América, S.A.
Escuela de Futbol del Club América,
A.C.
Multiteatros, S.A.

F) INMOBILIARIAS

Inmobiliaria Marlo, S.A.
Terma, S. A.
Dimar, S. A.

G) CABLEVISION

Cablevisión, S. A.
Tecnicable, S.A. de C.V.
Cablepelículas, S. A.

H) PRODUCCIONES DE PELICULAS
PARA CINE.

Televisión, S. A.
Dibujos Animados Mexicanos,
S.A.
Telecine Distribución, Inc.

I) DISCOS

Producciones de Discos América, - -
S.A.
América Musical, S.A.
Originales de Música Grabada, S.A.
Discos América, Inc.

J) SERVICIO

Jets Ejecutivos
Aseo y Mantenimiento
Técnico, S.A.

K) TURISMO

Mesoneros de México, S.A. de C.V.

Como se advierte, la congregación del gran capital en poder de un reducido grupo hace posible que los medios de comunicación en México estén en manos de una oligarquía y que por tanto la concentración de la propiedad de los medios de comunicación sea muy alta, como también lo es la capacidad de manipulación de la opinión pública y de crear un ambiente social favorable a sus intereses.

La norma de concentración manifiesta en todas las demás formas de empresas capitalistas es evidente aquí también: la prensa, las revistas y los libros, los cines, los teatros y también la radio y televisión, dondequiera que son, ha sido la propiedad y han pasado a ser, cada vez más, propiedad de un número pequeño y constantemente decreciente de empresas gigantescas, que tienen intereses mixtos en diferentes medios de la información y difusión y, también a menudo, en otras esferas de la empresa capitalista. (7)

De otra parte, para ampliar el papel que juega la televisión en la sociedad es conveniente mencionar las investigaciones de Javier Esteinou que plantean tres funciones que requieren la estructura global del sistema capitalista, para existir y reinstalarse como relación dominante dentro del conjunto de relaciones sociales que componen la formación económico-social. Este investigador las define en función de los medios de comunicación; sin embargo para los efectos del presente trabajo se adecuarán los conceptos a la televisión.

Las tres funciones estructurales son:

- 1) La aceleración del proceso de circulación de las mercancías.

Esto significa que, después de haber sido producidas las mercancías - en el proceso directo de producción y después de haberse realizado el primer momento de la circulación de las mismas, que las transporta de su centro de producción a su centro de venta, el discurso publicitario que elaboran, transportan e inculcan los aparatos de difusión de masas, contribuye sustancialmente a catalizar la segunda fase de la circulación de los productos. (8)

La publicidad transmitida en la televisión colabora en la reducción del lapso que transcurre entre el momento de exhibición comercial de los bienes y su momento de venta, con lo cual acorta la fase del consumo masivo que requiere el circuito del capital en su etapa contemporánea de reproducción ampliada para reproducirse como capital productivo.

... los aparatos de difusión de masas no operan como simples instituciones de esparcimiento, diversión, cultura o educación, ni tampoco como meras instancias informativas desvinculadas del proceso de producción y reproducción de la sociedad como lo quieren hacer aparecer los sectores monopólicos que los controlan. (9)

2) La introyección de la ideología dominante.

Esta función orgánica que desempeña la televisión al interior de la estructura social tiene como objeto convertir la ideología de la clase en el poder en la principal ideología dominante del conjunto social.

Esto quiere decir que, simultánea y combinadamente al proceso de acumulación del capital... los medios de masas conservando su característica "autonomía relativa" y su propiedad de ser campo abierto a la lucha de clases producen, transmiten e inculcan colectivamente las -- diversas ideologías dominantes y sus conjuntos ideológicos, que re-- quieren las distintas clases y fracciones de clases, nacionales y extranjeras, para consolidar a través de sus respectivos mecanismos y -- proyectos de fetichización de la realidad, sus múltiples programas -- de acumulación de capital. (10)

Cabe mencionar que la televisión permite un amplio radio de penetración ideológico y tiene una gran capacidad de legitimación continua y acelerada.

Esto significa, que a partir de esta propiedad, los medios de difusión de masas desempeñan la función de vincular cotidianamente, en un margen que oscila desde la instantaneidad hasta la periodicidad, los múltiples campos de conciencia que presentan los numerosos agentes sociales, con la dirección política, económica y cultural que requiere la existencia y reproducción habitual de la sociedad global en la que están incritos, y sobre la que actúan. (11)

3) La reproducción de la fuerza de trabajo.

Tanto las tareas de la producción social como las de la educación se han extendido hacia el aparato global de difusión colectiva, y en particular a la televisión, debido a la creciente demanda de calificación que exige el desarrollo tecnológico de las fuerzas productivas como a la capacidad insuficiente del aparato tradicional para cubrir el volumen producto del crecimiento continuo de la población. A ello, habría que agregar también la necesidad del capital de invadir las áreas más rentables de la producción social.

De esta forma, ante la imposibilidad del viejo aparato educativo para -- atender las nuevas exigencias del moderno proyecto de acumulación de -- capital y ante las ventajas materiales que aportan los nuevos soportes ideológicos del consenso de masas, el aparato pedagógico se prolonga -- bajo la modalidad de la tecnología comunicativa y de su particular -- forma de organización social dando origen, a través de la T.V., a programas como "Telesecundaria", la "Tele introducción a la Universidad" la "Telealfabetización de adultos", etcétera.

Con esta nueva operación pedagógica de masas la superestructura cultural del modo de producción capitalista puede avanzar en resolución de tres - contradicciones que ahogan al actual proceso de producción de la fuerza de trabajo: por una parte, atiende colectivamente a la inmensa población corporal y eleva masivamente, a un costo social muy bajo, el nivel de - calificación de la mano de obra de la población económicamente activa y en particular, del ejército industrial de reserva que periódicamente se incorpora al sistema de extracción de plusvalor, inculca de forma más flexible y continua una ideología adecuada para la realización del trabajo de competencia capitalista que requiere el proceso productivo contemporáneo y la dinámica general de reproducción de la sociedad. (12)

En las líneas siguientes se analizarán las diversas características de la programación, así como algunos cambios administrativos sufridos por la empresa a últimas fechas, y la situación actual de Televisa.

2.1. Programación.

De acuerdo a la concepción marxista, según la cual el aparato pedagógico es el principal soporte cultural creador de la hegemonía*, puede señalarse que si -- bien es cierto que la educación ha desempeñado una doble función en la sociedad (reproducción de la ideología dominante**) y además ha sido factor esencial para la reproducción del consenso en el modo de producción capitalista en sus etapas anteriores, también lo es que en la actual fase de desarrollo por la que atraviesa el capital, el aparato escolar ha cedido su papel dominante y la tarea de directriz cultural a los medios de comunicación y en forma particular a la televisión.

De ahí que analizar los criterios para integrar la programación a través del tiempo, y observar cuál ha sido su función sea importante.

La televisión tuvo por objeto, inicialmente, servir de medio para atraer la -- atención del público interesado en la compra de un aparato receptor o de los -- bienes y servicios ofrecidos.

* "Entendemos la hegemonía como la capacidad que tiene una clase para ejercer la función de dirección intelectual y moral de una sociedad por vía del consenso. Es decir, es la facultad que desarrolla un sector dominante, a través de la sociedad civil, para aplicar las funciones de subordinación, educación y conducción sobre otra clase e incluso sobre todo el cuerpo social, para gobernarlo por un espacio histórico determinado... esto es, la hegemonía no sólo es una relación de dominación, sino, sobre todo, es un proceso de atracción activo de las demás clases, incluso de las enemigas, para participar en un mismo proyecto de desarrollo social (función nacional)" Esteinou, Javier. Los medios de comunicación y la construcción de la hegemonía. - Prólogo Armand Mattelart. México. Nueva Imagen, 1981, Pág. 23.

** Endiéndose ideología en sentido gramsciano, como "una concepción del mundo que se manifiesta implícitamente en el arte, en el derecho, en la actividad económica, en todas las manifestaciones de la vida individual y colectiva"- Grisore, Dominique y Maggiori, Robert. Para leer a Gramsci. Barcelo na, Ed. Zero, 1976, pág. 188.

A partir de este concepto, Javier Esteinou sostiene que "la ideología viene a ser el sentido experimentado de las distintas relaciones que mantiene el hombre con el medio natural y social que lo rodea. Por lo tanto, toda actividad humana implica necesariamente la producción de una visión del mundo; e inversamente, toda concepción, en tanto que expresa a una clase social, -- tiende a manifestarse en todos los tipos de comportamiento de los miembros de esta clase". Esteinou, loc. cit.

"En relación a la ideología dominante, ésta la entendemos como la particula.

Al surgir la televisión, la programación radiofónica fue transferida a este medio; se explotaron entonces los géneros que habían ganado ya aceptación entre el público, a saber:

- 1) Programas cómicos y/o musicales, tales como "Risas y Canciones", "Fantasía Musical", "Ritmo en el Trópico", "Postales Musicales", "Coplas, Guitarras y Castañuelas", etc.
- 2) Teleteatros, donde se destacan el "Teatro de la Televisión", "Teatro Relámpago", "Se Levanta el Telón", "Teatro de Buen Humor" y los programas infantiles "El Teatro Cucurucho" y "El Teatro Frijolito". *

Poco después surgieron los programas de concurso los cuales se convirtieron rápidamente en un recurso televisivo ideal, pues, gracias a los regalos y a las gratificaciones repartidas por los patrocinadores entre los ganadores, se lograba captar con éxito la atención del público. De ellos cabría destacar: "Gañele al Reloj", "Póngale la Cola al Burro", "Telemarcas", "Adivine mi Chamba", "Mambolerías", "Buscando Estrellas" y "¿Pienso Yo?". **

Las series norteamericanas vinieron a llenar vacíos en los tiempos de transmisión, completando así la programación televisiva. Sin embargo, poco a poco, los programas financiados por anunciantes extranjeros fueron ocupando los horarios con mayor auditorio: "Teatro del Aire Ford", "Teatro Phillips Set", por citar algunos ejemplos.

Conviene precisar que la programación estaba en manos de los anunciantes, quienes decidían qué programas querían patrocinar y los producían o importaban de acuerdo, en la mayoría de los casos, a las mismas líneas seguidas en Estados Unidos. De este modo, los anunciantes, principalmente los extranjeros, fueron financiando la televisión por medio de su gasto publicitario.

Las estaciones de radio y televisión intercambiaban tiempo para programación por dicho gasto para poder operar con ganancias.

El público adquirió el carácter de consumidor de los bienes anunciados. En cuanto a la programación, los anunciantes la utilizaban para atraer la atención del público y lograr así la mayor difusión posible de sus productos. (13)

concepción del mundo del sector dirigente que la impone como visión universal al conjunto de agentes sociales, como la formación económico-social, con el objeto de reproducirse como jefatura política dentro de los márgenes históricos de esa sociedad." Esteinou, Javier. Aparatos de comunicación de masas, estado y puntas de hegemonía. México, UAM, 1980,

* Datos tomados de Arriaga, Patricia, Publicidad, Economía y comunicación masiva. México, Nueva Imagen, 1980 p. 232.

** Loc. Cit.

A partir de 1955 la televisión inició un proceso masivo de importación de series de éxito en Estados Unidos. La programación comenzaba así a depender considerablemente de la producción extranjera.

Para 1960 la televisión se encontraba saturada de material extranjero: "Jim de la selva", "El Llanero Solitario", "La Ley del Revólver", "Martin Kane", "Mike Hammer", "Alfred Hitchcock", "Ivanhoe", "Malone", "Bat Masterson", "Dimensión Desconocida"*

En los años posteriores, la programación en la televisión se desarrolló con la importación de series de estreno y éxitos recientes en la Unión Americana.

Al igual que en Estados Unidos y que en cualquier sistema comercial de difusión masiva, la programación en México ha sido utilizada para atraer la atención del público y cotizar más alto el tiempo de transmisión. Pero, a diferencia de aquel país, la programación en el nuestro no ha surgido en respuesta a inquietudes o temáticas de actualidad en el país, si no que ha sido imitada o importada. (14)

Hacia fines de la década de los 60' se registra una nueva etapa en el desarrollo de la televisión: Emilio Azcárraga, en su búsqueda de mayores ganancias y mayor control sobre sus empresas, decide manejar la programación televisiva. A partir de ese momento, Televisión decidió el contenido de sus transmisiones y, posteriormente, ofrecería a los anunciantes el tiempo disponible para sus anuncios comerciales.

Como era de esperarse, esa medida causó inquietud tanto en las agencias de publicidad como en sus clientes; empero ante la disyuntiva de tomar lo ofrecido o no realizar publicidad en ese medio, optaron por lo primero.

Por otro lado, los costos de tiempo de transmisión habían aumentado considerablemente, de tal manera que un solo anunciante ya no podía patrocinar, por sí mismo, una serie.

En 1970, llegaron series norteamericanas que inauguraron géneros en su país de origen: "Los Monstruos", "La Familia Adams", "Fantasma del Espacio", "Frankenstein Jr.", "El Inspector Ardilla", "La Hormiga Atómica" etc. **

Por lo que atañe a la producción nacional, entre 1970 y 1975, en el terreno informativo, aparece el noticiero "24 Horas"; entre los cómicos y musicales, "El

* Ibid., p. 233

** Loc. Cit.

Show del Loco Valdés", "El Show de Alejandro Suárez", "Variedades Vergel" y -- "Variedades Kleenex"; en el terreno cómico, "El Chapulín Colorado" y "El chavo del 8" *

Como puede observarse no ha habido cambios fundamentales en la programación en los últimos doce años, ya que actualmente varios de los programas transmitidos desde aquella época se encuentran en la pantalla.

Las características de la programación actual, arrojan datos interesantes. En efecto, de un cuadro realizado con diversas categorías para determinar el tipo de programas con mayor número de horas (ver cuadro 1) con base en los cartas de programación de Televisa, es posible inferir que los programas de entretenimiento son los que cuentan con el número más elevado de horas de transmisión, - excepción hecha del canal 9, cuya programación se centra en el rubro de la cultura, materia a la que los demás canales dedican espacios inferiores al 10% de su transmisión.

C U A D R O 1

CANALES / CATEGORIAS	2		4		5		9	
	HORAS	%	HORAS	%	HORAS	%	HORAS	%
CULTURAL	7.15	5.31	5	7.69	7.30	7.48	48.30	59.81
INFORMATIVO	40.20	29.87	-	-	4.00	4.10	6	7.43
DEPORTIVO	4.15	3.08	12	18.46	9.00	9.22	3	3.72
ENTRETENIMIENTO	83.10	61.74	48	73.85	77.30	79.20	23.45	29.04
T O T A L	135.00	100.00	65.00	100.00	98.00	100.00	81.15	100.00

Programación correspondiente a la semana del 22 al 28 de septiembre de 1986.

Fuente: Televisa. Cartas de Programación.**

* Loc. Cit.

** Ver anexo 1.

Ahora bien, hay un elemento que se observa en la programación y que es la gran cantidad de series norteamericanas que de acuerdo a las investigaciones de Luis Ramiro Beltrán y Elizabeth Fox produce

transculturación no participativa y destructora de valores autóctonos; - el sistema publicitario y el uso abusivo del deporte, en cuanto factores de evasión, los hace factores de alienación. (15)

Para estos investigadores, el contenido difundido por conducto de los programas de televisión opera bajo un concepto de maximización mercantil.

Este tipo de programación es propiciado por la estructura comercial de los medios y, en especial por las agencias publicitarias y por sus clientes, anunciantes norteamericanos, en cuanto promueve el consumismo*. Sin embargo, esto no niega la orientación política, conformista y pro statu quo de esa programación. (16)

Por lo cual la televisión presenta la imagen del mundo de una forma que impide la comprensión de la realidad nacional, además de distorsionarla de tal modo que favorezca la dependencia económica y política de México respecto a los Estados Unidos.

Todo lo anteriormente expuesto motiva hacer un análisis de la programación de la televisión privada.

Con los datos proporcionados por Televisa de su programación semanal del 22 al 28 de septiembre de 1986, se puede observar que las transmisiones de origen norteamericano representan el 44.71% del total, existiendo únicamente una diferencia de 18 programas con respecto a los realizados en México. (Ver cuadro 2)

C U A D R O 2

NACIONAL	E.U.A.	TOTAL
94 PROGRAMAS	76 PROGRAMAS	170 PROGRAMAS
55.29%	44.71 %	100.00 %

* Entiéndase por consumismo el culto de la adquisición de objetos y servicios más allá de las necesidades reales y básicas.

Así pues puede afirmarse que la televisión mexicana registra una clara influencia de los Estados Unidos tanto por lo que se refiere a su programación como al origen de ésta.

Una serie filmada era transmitida por las redes en el mercado norteamericano y, después de algunas repeticiones, se descontinuaba. Si se vendía a estaciones de televisión en el extranjero podrían obtenerse ganancias adicionales a las logradas en el mercado interno. Así se empezó la presentación de catálogos que ofrecían las diversas series disponibles para ser transmitidas por televisión en el mercado extranjero. (17)

Patricia Arriaga sustenta que el móvil principal de las empresas productoras norteamericanas para exportar los programas de televisión es la búsqueda de mayores ganancias.

Con el aumento creciente de los costos de producción del material filmado, las empresas productoras empezaron a vender las series a estaciones locales dentro de Estados Unidos mismo, constituyéndose esta actividad en la fuente principal de ganancias de los productores de televisión. La persecución de mayores ganancias fue determinante en la decisión de búsqueda de mercados extranjeros para las series filmadas de la televisión. (18)

Sin embargo también señala que:

Los anunciantes fueron otros de los factores que llevaron a la compra de estas series por parte de los sistemas comerciales de televisión... Por otro lado, los dueños de las transmisiones de televisión saben que dichas series filmadas garantizan ratings altos, los cuales representan mayores tarifas, y éstas, a su vez, mayores ganancias. (19)

La perspectiva que plantea Patricia Arriaga se centra principalmente en lo económico; mientras que para el investigador Herbert Schiller la expansión de los medios electrónicos, en particular de la televisión, propociona un elemento indispensable para la expansión del poder norteamericano, ya que a través de los programas de televisión se sustituyen a las tradicionales fuerzas de conquista física, usando sus propias técnicas, mucho más eficaces, para conseguir el poder.

En resumen, la red imperial de la economía y las finanzas yanquis que han surgido utiliza los medios de comunicación para reforzar su defensa y sus trincheras allá donde ya existe, y para su expansión hasta aquellos lugares donde quiere llegar a actuar. (20)

La televisión, en particular, ha producido una fuerza irresistible creadora de impresiones e imágenes, ofreciendo un estilo de vida, por lo cual es significativa la gran cantidad de series norteamericanas que promueven valores e incluso culturas ajenas a la propia.

2.2 Televisa: Hoy en día.

El principal consorcio televisivo tiene actualmente una población laboral aproximadamente de 10 mil empleados. Asimismo cuenta con 200 canales en todo el territorio nacional. Televisa tiene una producción de alrededor de 12 mil horas anuales, una gran parte de la cual es exportable. Por el contrario importa 1500 hrs. principalmente de Estados Unidos*.

Para 1986, bajo los auspicios de Miguel Alemán Velasco surge la empresa Teleprogramas Acapulco, S. A., a través de la cual y de Protele "se (exportaban) entre 10 y 15 mil horas al año. Las ventas se (realizaban) con televisoras de América, se (cubría) el mercado hispanoparlante de los Estados Unidos y se (llegaba) incluso a países como China, Italia, Portugal y la República Federal Alemana". (21)

El 11 de agosto de 1986 Televisa sufre cambios en su administración. Emilio Azcárraga deja la presidencia del consorcio y va a Estados Unidos a dirigir personalmente Spanish International Network (SIN), sustituyéndole en el cargo Miguel Alemán Velasco. Tal hecho generó un sinnúmero de elucubraciones. Los más distintos puntos de vista acerca del significado del cambio fueron expresados. Puntualmente Alemán Velasco adujo las razones de la salida de Azcárraga:

"La economía del país se hace más pequeña, México se va haciendo chiquito y la empresa se queda con el mismo tamaño y no se puede obligar a la gente a que se anuncie más o subir las tarifas que de por sí se incrementan cada seis meses, por eso Emilio Azcárraga va a Estados Unidos, para ampliar los mercados de Televisa." (22)

Para el columnista Miguel Angel Granados Chapa

La decisión de que Azcárraga (haya dejado) la presidencia de Televisa y lo (haya reemplazado) Alemán Velasco no parece obedecer, sin embargo, sólo a decisión de orden corporativo, empresarial. Sin duda ese ingrediente es - principal... pero no lo explica por completo: en la década anterior, Televisa creció enormemente en su dimensión internacional y no fue preciso para ello, que el Presidente de Televisa dedicara su energía entera, incluso radicando en Estados Unidos a atender ese aspecto de sus negocios. (23)

De ahí que pueda decirse que si bien es cierto que Televisa tiene un carácter comercial, también lo es que no puede permanecer al margen de los vaivenes de la política.

* Datos tomados de Proceso 15 de septiembre de 1986. p. 7

Sea como fuera la televisión no es un ente abstracto; es, una mercancía que hace ver otras mercancías. No entenderlos así sería cerrar los ojos ante la realidad.

No hay que olvidar que la televisión comercial en la sociedad capitalista tiene como función acelerar el proceso de circulación del capital. En efecto después de producidas las mercancías, a través de la publicidad se acelera la base del consumo que requiere el capital para adquirir la connotación de productiva. Así, el consumo es una de las características de la televisión que se encuentra en poder de la iniciativa privada en los países capitalista.

La televisión mexicana ha dedicado generalmente la mayor cantidad de gastos a los programas de alto rendimiento publicitario y menos costo de producción, aquellos que por su índole favorecen la captación de grandes auditorios, vistos exclusivamente como un grupo de consumidores potenciales que son llevados a la adquisición de artículos, en la mayor cantidad de ocasiones, innecesarios y superfluos a través de la menor inversión en la producción de mensajes (24).

Cabe señalar, que la expansión de la televisión se ha llevado a cabo en función de la expectativa de ganancias, por ello es explicable que los medios se hayan extendido a las zonas de mayor concentración poblacional en razón de su atractivo para los anunciantes, quienes ven crecer sus consumidores potenciales.

Por lo que hace a la publicidad y la penetración de Televisa en el tejido social, Alemán Velasco ha señalado que el consorcio que él dirige:

"tiene influencia en México porque reporta ventas anuales del orden de los 150 millones de pesos. Mantiene transmisiones durante más de 20 mil -- horas al año a través de sus cuatro canales. En contraste, lmevisión, con dos canales de cobertura nacional, cubre el 50 por ciento de esa penetración y el precio del tiempo para anuncios es, en promedio, cuatro veces más barato que el consorcio del sector privado. Obviamente nosotros vivimos -- del anuncio y lo promovemos de la manera más eficiente posible". (25)

No es por demás precisar que los anunciantes más importantes que tiene Televisa -- provienen de compañías norteamericanas, a saber: Colgate-Palmolive, General Motors, Ford Motor Co., Chrysler Corp., Goodrich Euzkadi, Compañía Nestlé, Coca -- Cola Co., Pepsi-Cola Co., Seven Up Co., Sears Roebuck Co., etc.

La televisión comercial, depende vitalmente de la venta de anuncios y éstos a su vez los pagan determinan en buena medida la línea política general. Y precisamente los grandes consorcios dominados por el capital extranjero -- los que en mayor proporción sostienen esa publicidad. (26)

Habría que agregar que los sistemas, las técnicas y las campañas mismas de publicidad se realizan en los Estados Unidos en algunos casos, lo que trae como consecuencia que las imágenes publicitarias y los valores supuestos que se hallan -- tras ellas, ni siquiera hayan sido elaborados a partir de la realidad mexicana. -- De ahí que por tal razón Alemán Velasco haya manifestado que uno de los objetivos de Televisa sea:

"superar los problemas actuales y la lucha por la superación personal y la integración familiar, así como la unidad nacional. Que la gente exponga sus puntos de vista y los defienda; que defienda al país, que busque su identidad y para eso nosotros ponemos los medios". (27)

La "unidad nacional" a que alude el Presidente de Televisa difícilmente podría -- concentrarse con una programación como la transmitida por la empresa en cuestión. El 44.71% de la transmisión de Televisa -- como ya se apuntó en el capítulo anterior -- es de confección norteamericana. Se pone de este modo en evidencia que -- existe una televisión portadora de programas elaborados y producidos en realidades culturales ajenas al interés nacional.

En suma, programación de tal naturaleza no produce más que transculturación participativa y destrucción de los valores autóctonos.

La dependencia cultural en México, no debe verse solamente como una "invasión" -- dirigida por un "enemigo" extranjero, sino como producto de la voluntad política de la élite gobernante en aras de mantener un sistema compatible con el modo de producción capitalista.

Es un hecho que las actividades del imperialismo no se confinan solamente a los campos económico y político entre ellos los medios de comunicación, imponiendo -- de esta manera una dominación ideológica foránea a los países subdesarrollados.

Por lo que concierne al contenido de la programación, hay que decir que ha logrado convertirse en un aparato de apoyo a la reproducción ideológica del sistema -- de producción capitalista. Para Ludovico Silva la programación 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 destinados a salvaguardar y justificar, en la estructura síquica, las relaciones de explotación que tienen lugar en la estructura social (28)

De lo anterior se desprende que la televisión comercial no sólo tiene como objetivo la promoción de las ventas de las mercancías que el sistema de producción hace circular hacia el mercado, sino que también crea y destruye valores, configura patrones de conducta.

En México Televisa es un genuino instrumento de reproducción de ideología y está al servicio de los intereses materiales en tanto la penetración del capitalismo ha creado estrategias y formas de expansión que ha venido a dar al capitalismo un nuevo modelo de desarrollo.

2.3. MARCO LEGAL.

La televisión en todo Estado de Derecho se encuentra regida por un marco jurídico que le impone las normas a las que debe sujetarse. El concepto de marco legal se refiere al conjunto de leyes, reglamentos, acuerdos, decretos y disposiciones aplicables o relativas a una determinada materia, en este caso a la televisión.

En México, la televisión, en sus inicios, transitó un largo trecho sin una legislación propia. Durante sus primeros diez años fue regulada por disposiciones aplicadas, hasta entonces, exclusivamente a la radio en la Ley de Vías Generales de Comunicación y por el Decreto Presidencial publicado el 11 de febrero de 1950, mediante el cual se fijaban los términos técnicos para la instalación y funcionamiento de las estaciones de televisión. Tal situación obedecía, quizá, al hecho de que la televisión cumplía tan sólo una función marginal.

Tiempo después, la ley de Secretarías y Departamentos de Estado publicada el 23 de diciembre de 1985 amplió la esfera de competencia del Poder Ejecutivo en materia de radiodifusión y televisión comerciales a la Secretaría de Gobernación.

Por otro lado, cabría apuntar que en 1954 el Dip. Juan José Osorio presentó un proyecto de ley, el cual no fue estudiado sino hasta cuatro años después por la Comisión de la Industria de la Radio y Televisión de la Cámara de Diputados con resultados poco afortunados.

El 10 de noviembre de 1959 las comisiones unidas de la Industria de la Radio y Televisión y de Estudios Legislativos sometieron al pleno de la Cámara de Diputados un proyecto de "Ley federal de Radio y Televisión", cuya consideración de motivos destacaba la importancia de dar forma a un cuerpo normativo particular, en virtud de que la legislación aplicada ignoraba "la orientación social y de contribución cultural que le (correspondía) cumplir". (29)

La Ley Federal de Radio y televisión, aún vigente, fue publicada en el Diario Oficial el 16 de enero de 1960, no sin modificaciones de la Cámara Revisora (en este caso la Cámara de Senadores). Sobre el particular, Antonio Castro Leal, miembro de la Comisión redactora de la primera versión de la Ley de referencia, apunta que:

Los diputados nos consideramos un poco traicionados por el Senado, el cual reformó algunos de los puntos que nosotros considerábamos fundamentales. En primer lugar, en el proyecto preparado por nosotros, se establecía un máximo de minutos dedicados a los anuncios intercalados en los programas de radio y televisión.

Los señores senadores -acaso por la influencia de las empresas de esos servicios- sustituyeron nuestro texto por las siguientes palabras: La propaganda comercial deberá mantener un prudente equilibrio entre el anuncio comercial y el conjunto de la programación. Esta frase vaga, destruyó por completo nuestro propósito de impedir que se multiplicaran los anuncios. (30)

Así pues, de acuerdo con la Ley, la televisión constituye una actividad de interés público. En el artículo 5° de la LFRYT se enuncian los principios rectoros de la programación televisiva, a saber: "evitar influencias nocivas o perturbadoras al desarrollo armónico de la niñez y la juventud", contribuir a elaborar el nivel cultural del pueblo y a conservar las características nacionales, las costumbres del país y sus tradiciones, la propiedad del idioma y a exaltar los valores de la nacionalidad evidente" y "fortalecer las convicciones democráticas, la unidad nacional y la amistad y cooperación internacionales".

Como se advierte, la realidad contradice los propósitos iniciales de la Ley. Es evidente que la televisión, y en particular la privada, dista mucho de llevar a la práctica las normas consignadas líneas arriba. Existe una incompatibilidad entre el "deber ser" y "ser", norma y realidad. En buena medida las disposiciones normativas carecen de eficacia. La actualización de las hipótesis normativas no conllevan en el mayor de los casos, la aplicación concreta de la ley. Ello podría llevar la discusión al planteamiento de la eventual invalidez de la estructura normativa de la televisión si se toma en cuenta que uno de los requisitos de validez (*) es precisamente un mínimo de eficacia que en esta materia no se aprecia con toda claridad.

Al margen de lo anterior, cabe apuntar que la legislación a la que se alude no hace referencia en su articulado al fenómeno del monopolio o a las "prácticas monopólicas" previstas en el artículo 28 constitucional.

De cualquier modo, la regulación jurídica brinda un manto importante de legitimidad a la televisión en la medida que delimita sus márgenes de acción, y la habilita a participar en la recreación del statu quo y su correspondiente establishment.

A la fecha los ordenamientos legales que da forma al marco jurídico de la te-

(*) Para profundizar sobre el particular consúltese: Kelsen, Hans. La teoría pura del derecho. México, UNAM 1982.

levisión son, fundamentalmente:

1. Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.
2. Ley General de Bienes Nacionales.
3. Ley de Vías Generales de Comunicación.
4. Ley Federal de Radio y Televisión y Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión.
5. Títulos de Concesión.
6. Contrato-Ley de la Industria de Radio y Televisión.
7. Código Penal.
8. Código Sanitario.
9. Decreto que crea la Comisión de Radiodifusión.
10. Decreto que fija los derechos para la conducción de señales de imagen y sonido, y tarifa para enlace unidireccionales. (Red Federal de Microondas y otros servicios).
11. Ley Orgánica de la Administración Pública Federal y Reglamentos Interiores de las secretarías de Gobernación y Comunicaciones y Transportes.
12. Normas para instalación y funcionamiento de estaciones y radiodifusoras.
13. Ley Federal de Organizaciones Políticas y Procesos Electorales y el Reglamento de los Organismos Electorales y Previsiones para la Ley de Organizaciones Políticas y Procesos Electorales.
14. Ley Federal de Juegos y Sorteos.
15. Decreto que establece las tarifas para el cobro de derechos a la industria cinematográfica y los relativos a las transmisiones en la televisión, tarifa relativa al otorgamiento de permisos y concesiones para la explotación de las telecomunicaciones en general.
16. Convenio de Málaga, Torremolinos y Acuerdo Internacional entre operadores de estaciones terrenas para el uso de las mismas. México está representado por la Secretaría de Comunicaciones y Transportes.
17. Convenio Internacional Intelsat y su operativo, por lo que hace al uso de un segmento espacial de satélite.
18. Acuerdo Inteamericano de Radiocomunicaciones y Reglamento de Radiocomunicaciones de Ginebra en 1959, que regulan la distribución de frecuencias.
19. Acuerdo que autoriza a la Secretaría de Hacienda y Crédito Público a recibir en especie el pago del Impuesto sobre Servicios Concesionados, declarados por ley, de interés público.

20. Disposiciones de la Secretaría de Educación Pública sobre certificados de aptitud a locutores, y reglamento que norma las actividades de los peritos de telecomunicaciones.
21. Decreto que establece el Centro de Investigación y Desarrollo de Telecomunicaciones.
22. Ley Federal sobre Monumentos y Zonas Arqueológicas, Artísticas e Históricas.
23. Ley Federal de Derechos de Autor.
24. Normas de ética de la radio y la televisión mexicanas.
25. Convenio de Berna para la Protección de las Obras Literarias y Artísticas y Acta de París de 1971.
26. Convención Universal de los derechos de Autor y Acta de París de 1971
27. Convenio de Bruselas contra la Piratería de Señales de Televisión.
28. Convenio de Ginebra contra la Reproducción no Autorizada de Fonogramas.
29. Convención de Roma. Sobre la protección de artistas intérpretes o ejecutantes, productores de fonogramas y los organismos de radiodifusión.

NOTAS BIBLIOGRAFICAS

- 1) Hansen, Roger. La política del desarrollo mexicano. México, Ed. Siglo XXI, 1980, p. 56
- 2) González, Casanova Pablo. La democracia en México. México, Serie Popular - Era, 1984, p. 73
- 3) Arriaga, Patricia. Publicidad, economía y comunicación masiva. (México- Estados Unidos), México, Nueva Imagen, 1980, p. 216
- 4) Bernal, Sahagún Víctor. Anatomía de la publicidad en México. México, Nuestro Tiempo, 1985, p. 102
- 5) Esteinou, Javier. Los medios de comunicación y la construcción de la hegemonía. México, Prólogo de Armand Mattelart. Nueva Imagen, 1983. p. 14.
- 6) Fernández, Christlieb Fátima. "La crisis cultural y la lucha ideológica en la televisión" en México ante la crisis. México, Siglo XXI, p. 171
- 7) Miliband, Ralph. El estado en la sociedad capitalista. México Ed. Siglo XXI, 1976, p. 219
- 8) Esteinou, op. cit., p. 65
- 9) Loc. Cit.
- 10) Ibid., p. 67
- 11) Loc. Cit.
- 12) Ibid., p. 153
- 13) Arriaga, Patricia, op. cit., p. 229
- 14) Ibid., p. 231
- 15) Ramiro, Beltrán y Elizabeth Fox. Comunicación dominada. México, ed. Nueva Imagen, 1980., p. 17

- 16) *Ibid.*, p. 78
- 17) Arriaga, Patricia. *op. cit.* p. 235
- 18) *Loc. Cit.*
- 19) *Ibid.*, p. 236
- 20) Schiller I., Herbert. Comunicación de masas e imperialismo yanqui. Barcelona. Ed. Gustavo Gilli, S. A., 1976. p. 144
- 21) Toussaint, Florence. Proceso. 1º de diciembre de 1986. p. 57
- 22) Marín, Carlos. "Aleman reconoce que en información Televisa se autocensura" Proceso (México, D. F.), 15 de septiembre de 1986, núm. 515, p. 6
- 23) Granados, Chapa Miguel Angel. "Aleman al fin presidente." La jornada (México D. F.) 13 de julio de 1986, p.p. 1-2
- 24) Venicio, Barrera Mario. Televisión pública y sociedad. México, Foro de Consulta Popular Núm. 5, 1983. p. 108
- 25) Acevedo, Pesquera Luis. "Aleman Velasco intenta el cambio IV" Uno Más Uno (México, D. F.), 9 de noviembre de 1986, p.p. 1-7
- 26) Bernal Sahagún, *op. cit.*, p. 116
- 27) Acevedo Pesquera, Luis. "Aleman Velasco propone el cambio II" Uno Más Uno (México, D. F.) 7 de noviembre de 1986.
- 28) Silva, Ludovico. Teoría y práctica de la ideología. México, Ed. Nuestro - Tiempo, 1980, p. 175
- 29) Debates del Congreso. Compilación Jurídica. México, Secretaría de Gobernación, 1982. p. 45
- 30) Castro Leal, Antonio. Los medios de comunicación de masas en México. México, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, 1969. p. 38

3. TELEVISION INFANTIL

3.1. Antecedentes.

Desde sus inicios la televisión en México se ha perfilado como el fenómeno tecnológico que más impacto ha tenido en la comunidad infantil.

En un principio, la programación infantil se componía de programas como: "El Club Quintito", así como de series norteamericanas tales como: "Hopalong Cassidy", "Rin-tín-tín" y "Lassie".

A mediados de los años cincuenta surgió "Estrellas infantiles Toficos", un programa de concurso. En 1955 apareció en la pantalla televisiva "El cuento o teatro Fantástico", en el que durante más de 10 años, domingo tras domingo, Enrique Alonso, "Cachirulo", presentó un programa versátil y en vivo, compuesto por un elenco de 10 actores contratados todas las semanas.

De los diversos programas infantiles transmitidos tiempo atrás, se destacan:

En el Canal 2: "Artesanía Infantil" (agosto de 1952); "La hora mágica del niño" (agosto de 1952); "Las aventuras del Gran Mr. Q." (marzo de 1953); - "El teatro frijolito de Melissa Sierra"; "El teatro Cucurucho de Cachita - Amador" (1954); "Sinfonías Infantiles" (junio de 1957); "Carrusel Infantil" (mayo de 1960); "Su majestad el niño" (diciembre de 1963); "Tele-Kinder" - (noviembre de 1963); "Las vacaciones de Chabelo" (noviembre de 1964); "Niñerías" (enero de 1967); "Mediodía infantil" (junio de 1967); "Mundo de la Fantasía" (noviembre de 1971); "Universo Infantil" (noviembre de 1970); - "Noticiero Infantil" (agosto de 1982); "Sábados Infantiles" (enero de - - 1975); "El circo de Capulina" (febrero de 1975). (1)

En el Canal 4: "El teatro de la fantasía" y "El mago Frank" (septiembre - de 1950); "Las aventuras de Chocolatín y Bombón" (mayo de 1951); "Media -- hora con abuelita" (1952); "Mr. Lee" (febrero de 1952); "Trío Polito" - - (1953); "Círculo Infantil" (junio de 1953); "Pim-pim-poca y su Máquina loca" (noviembre de 1954); "Teatro Fantástico" (1955); "El gran circo Zenith" (diciembre de 1963); "Cri-Cri el Grillito Cantor" (octubre de 1966); El -- mundo de Don Facundo" (abril de 1966); "Fantasía Infantil" (agosto de 1969) "La Familia Telerín" (julio de 1970); "Topo Gigio" (julio de 1971); "Qué - saben los niños?" (enero de 1973); "Viajando y pensando con los niños" - - (julio de 1973) (2)

En el Canal 5: "El Club Quintito" (mayo de 1953); "Círculo Infantil" (enero de 1954); "Cuentos y Fantasías" (abril de 1954); "El mundo y los niños" (septiembre de 1955); "Chabelo y Gasparín" (marzo de 1957); "Los niños - - Pon-Pon" (mayo de 1957); "Caricaturas Bimbo" (febrero de 1958); "Haciendo la tarea" (abril de 1958); "La familia Piripitín" (marzo de 1959); "Estrellas infantiles" (agosto de 1954); "Las fábulas de Lechuga" noviembre de -

(1959); "Ceilita mi amiga" (febrero de 1960); "Bozo el payaso" (febrero de 1961); "Media hora con Chabelo" y "Los niños son así" (agosto de 1961); - "La hora infantil" (octubre de 1961); "Paquete Infantil" (octubre de 1962); "Nacho, Nano y sus amigos" y "Travesuras Infantiles" (diciembre de 1962); - "Paraiso Infantil" (febrero de 1963); "Jugarama con Chabelo" (septiembre de 1963); "regalos y regalazos" (julio de 1964); "La sociedad de Tilliche" - (enero de 1965); "Club infantil de México (enero de 1966); "Fantasilandia" - (mayo de 1966) "Kermesse Infantil" y "El mundo maravilloso de Marinela" -- (octubre de 1967); "A jugar con Chabelo" (octubre de 1970); "Tío Gambofn" - (mayo de 1971); "Sobrerilandia" (septiembre de 1972) y "Fabulas de Esopo" - (octubre de 1975). (3)

Como se advierte los diversos títulos consignados líneas arriba permiten observar cuál ha sido el desarrollo de los programas infantiles en la historia de la Televisión mexicana.

Hasta la década de los 70' la transmisión de series extranjeras es menor que hoy en día. En la actualidad sólo pueden verse: "Chespirito", "Raúl Astor -- presenta a Gigio". "Chiquilladas", "En familia", "Vamos a jugar jugando", --- "Leslie y las mascotas mágicas", "El tesoro del saber", "La Tele", "Erase una vez..." "Nuestro Tiempo", "Cantinflas Show", "Club Amigos" de producción nacional, el resto es de procedencia extranjera.

3.2. El niño frente a la Televisión.

Para los fines de este capítulo no es necesario analizar el desarrollo del niño y sus principales gustos y aficiones, toda vez que esta materia se ha tratado en otros espacios con profundidad.* De ahí que lo importante sea observar la relación que subsiste entre el niño y la televisión.

Tradicionalmente se han considerado la escuela y la familia como factores determinantes para la socialización** de los niños. Empero, la expansión de los medios de comunicación ha transformado tal concepción. Hoy es evidente que la televisión desempeña un papel en el proceso socializador de los niños.

Los medios en general (y la T.V. en particular) por su influencia en los niños se ha convertido así en una primera y preponderante escuela, tanto para la creación y legitimación de formas de conducta, la visión que el hombre tenga de sí mismo, la sociedad y sus relaciones (una ideología en suma). (4)

La televisión desplaza a la escuela formal, al gozar de mayor aceptación en la audiencia infantil, la incipiente razón del niño cede a los impactos televisivos. En efecto un estudio realizado por el Instituto Nacional del Consumidor concluye que los niños menores de seis años que cuentan con un televisor, pasan en las áreas urbanas un promedio de cuatro horas frente al aparato; es decir, una tercera parte del tiempo que permanecen despiertos. En un año las "horas de televisión" son 1460, mientras que las escolares, solamente 920.

En el mismo orden, de acuerdo a un muestreo realizado por María Inés Silva y Carlos Maya Obe de la Universidad Pedagógica Nacional entre 1637 estudiantes de primaria de 50 escuelas, públicas y privadas del Distrito Federal que:

El 82 por ciento (del universo infantil muestreado) está sujeto a la televisión por más de una hora diaria, el 53.3 por ciento la ve más de dos horas y el 28.6 por ciento es asiduo telespectador por más de tres horas, se comprobó que a medida que se desciende en la escala social, el número de horas de contacto con la televisión tiende a aumentar.

El 89.6 por ciento de los infantiles adictos a la T.V. prefieren la televisión privada, especialmente los canales 2 y 5 y entre ellos las series policíacas y de aventuras provenientes de E.U.A. (5)

* Véanse, por citar dos ejemplos, las obras de Piaget y Harlock.

** "La socialización es el proceso mediante el cual el niño es conducido a adoptar la forma de vida de su familia y de los grupos sociales más amplios a los que han de referirse y de acuerdo con los cuales habrá de conducirse con el objetivo de poder aspirar a la plena condición de los adultos" Nesbit Murphy, Margaret. Crecimiento y desarrollo del niño. Siglo XXI, México 1979, p.39.

Asimismo, la investigadora Mercedes Charles, de la Universidad Nacional Autónoma de México*, realizó un muestreo entre 341 niños de primaria del Distrito Federal con base en el cual concluyó que las preferencias infantiles se orientan a los programas no elaborados exclusivamente para ellos, como los policíacos, de aventuras, musicales y telenovelas.

Además, para una población calculada en 25 millones de menores de 12 años, la televisión privada dedica de 64 horas de programación, sólo 11.35 horas a las series infantiles, o sea, el 17.83 por ciento de su tiempo. La televisión gubernamental, con 51 horas de programación, dedicó cinco horas, o sea, el 9.8 por ciento de programación, lo que en total arroja para un día de programación en T. V. de 115.30 horas sólo el 16.35 se dedica especialmente a la niñez. (6)

Según un estudio de Rota y Fernández Collado realizado en 1976**, el niño utiliza la televisión, excepto para los programas informativos y educativos; la usa fundamentalmente por diversión o entretenimiento, estimulación o excitación, hábito, evasión y relación social, teniendo preeminencia el entretenimiento.

De esta forma, en sus primeros años, el niño recibe de la televisión un buen número de enseñanzas. De los tres a los ocho años, por ejemplo, la televisión adquiere un papel de primera importancia para el niño. Casi todas las experiencias son para él nuevas y, la televisión tiene una oportunidad única de aportarle información y vocabulario cuando todavía no sabe leer, cuando su horizonte, en suma, es todavía estrecho. Habría que preguntarse cómo observan los niños la pantalla televisiva. A juicio de Cohen-Seat y Fougeyrollar, la información a través de la televisión llega a la sensibilidad, sin obedecer necesariamente a las inflexiones del raciocinio y, con la mayor frecuencia, sin exponerse siquiera a ellas y en presencia de las llamativas imágenes que actúan como señales y no como signos. La intuición y la efectividad entran en juego antes de que las instancias de control de la personalidad hayan llegado siquiera a estar en condiciones de captar los mensajes intencionales. De esta manera los niños cotidianamente ven la televisión, aferrados a imágenes incluso antes de poder captar el contenido verbal manifiesto de sus mensajes, lo que explica el mercado en términos de usar a la televisión como escuela.

* Ponencia presentada durante el coloquio denominado "La Televisión y el niño", organizado en Morelia, Michoacán en agosto de 1966 por el Sistema Michoacano de Radio y Televisión.

** Muestra efectuada con niños de ambos sexos, de tercer, cuarto, quinto y sexto grado escolar, de distintos niveles socioeconómicos y de escuelas públicas, privadas, masculinas, femeninas y mixtas.

No hace falta teorizar mucho sobre una realidad fácilmente observable como es la influencia de la T.V. sobre todo en los niños. En realidad tal influencia no es tan sólo directa sino que al producirse también en los adultos, revierte a su vez sobre la familia en general y los niños en particular, transmitiéndoles las formas de vida interpretadas por los mayores y determinadas por multitud de programas y publicaciones desde revistas sobre educación de niños hasta infinidad de mensajes radiales y televisivos; mensajes manifiestos o simplemente implícitos en una telenovela o un cuento, por ejemplo. (7)

Para contestar la primera pregunta planteada en la introducción ¿Qué es lo que -- transmiten los programas infantiles? se hace necesario analizar que:

Los programas infantiles se caracterizan por elementos tales como el alto grado de agresividad, la constante preferencia por la fantasía, superpoderes, situaciones absurdas, transformaciones mágicas y la inexistencia de las reglas del mundo real.

Cabe decir que la fantasía puede ayudar al niño a descargar el exceso de agresión; sin embargo, también puede contribuir a la asimilación e instrumentación de la -- agresión lo que podría conducir, en un momento dado a violentar actitudes.

A efecto de ampliar la visión en torno a los programas infantiles valdría la pena tomar en cuenta el estudio realizado por Susana Villegia*, según el cual los rasgos comunes de la programación infantil en la televisión mexicana resultan de:

El choque entre el bien y el mal al interior de sociedades ficticias, donde las fuerzas del mal son visualizadas como amenazas externas que pretenden atentar contra el orden establecido.

Una estructuración de bloques que consiste en: presentación de la situación y los personajes, introducción del conflicto y su desarrollo, resolución o final, que se apoya en efectos visuales de alto impacto, más que en la descripción de causas de la acción dramática y sus consecuencias, según su discurso racional.

Los personajes responden a las categorías de "buenos y malos" eliminando toda posible contradicción. Las relaciones entre estos dos grupos opuestos aparecen signados por la violencia física y psicológica hasta el desenlace, donde invariablemente los "malos" son humillados.

Los valores que se desprenden de estos contenidos apuntan a establecer modelos identificados fundados en rasgos como el ingenio y la inteligencia, la apelación a recursos mágicos entendidos como logro y rasgos individuales, así como la jerarquización de las relaciones del orden social. (8)

A todo ello puede añadirse que existe una estereotipación de actitudes, conductas y relaciones sociales que, en términos generales, corresponden al conjunto --

* Estudio efectuado con base al análisis de dos grupos de programas, realizados en épocas diferentes, agosto de 1979 y mayo de 1983 y a partir de los siguientes parámetros: contenido, estructuración de los contenidos y del medio, personajes, conflictos y su resolución y valores transmitidos. Este fue leído como ponencia en el Foro de Consulta Popular el 8 de mayo de 1983.

de rasgos y valores de la realidad y tradición cultural de las naciones desarrolladas. La historia, la cultura y la realidad propias casi no aparecen.

La programación infantil, transmitida por la televisión comercial, tiene un alto índice de series producidas en Estados Unidos, como los dibujos animados, siendo mucho menor el número de series realizadas en México. Baste mencionar que sólo existen actualmente los siguientes programas con producción nacional propiamente para niños:*

"Chespirito", "Raúl Astor presenta a Gigio", "Chiquilladas", "En Familia", "Vamos a jugar jugando", "Leslie y las mascotas mágicas", "El tesoro del saber", -- "La Tele", "Erase una vez...", "Nuestro Tiempo", "Cantinflas Show", "Club de Amigos". Es mínimo el número de programas dedicados a los niños que se producen en el país, lo que permite que la televisión transmita pautas culturales ajenas a la realidad nacional, contribuyendo con ello a reforzar la dominación cultural**

A través de la fijación del niño ante el televisor, a través de su adicción al esquema narrativo dominante y, complementariamente, a través de la inducción de la conciencia del sujeto sólo en tanto que sujeto consumidor, el colonialismo americano, con su control sobre los medios, destruye radicalmente toda posibilidad de reproducción de la vieja cultura infantil, a la vez que la capacidad misma de mantener un espacio infantil autónomo, -- desde el cual el niño, los niños, puedan construir creadoramente cualquier otra cultura al margen de la cultura del consumo en que el televisor le -- ha instalado. (9)

Otra característica de la televisión infantil es la creación de estímulos de consumo. Así los niños conforman sus gustos a través de la televisión y se incorporan a las filas de los consumidores.

Los anunciantes plantean en la práctica dos niveles de relación entre la actividad publicitaria y la población infantil, publicitan hacia el niño y a través -- de éste.

En el primer nivel, el pequeño debe ser convencido para que compre (estímulo de consumo) y en el segundo nivel, el niño protagoniza el anuncio ante el adulto.

* Datos tomados de la Carta de Programación proporcionada por Televisa, correspondiente del 22 al 28 de septiembre de 1986.

** En efecto, el término "Dominación cultural" denota un proceso verificable de influencia social por el cual una nación impone sobre otros países su conjunto de creencias, valores, conocimientos y normas de comportamiento, así como su estilo general de vida". Ramiro, Luis y Elizabeth Fox. Comunicación Dominada. Ed. Nueva Imagen, México, 1980 p. 21

Es importante mencionar la investigación de la Dra. Marfa Luisa Rivero*, quien - entrevistó a un grupo de 120 niños, de tres a seis años de edad, alumnos de tres guarderías estatales y, por tanto, hijos de madres trabajadores. Uno de los aspectos investigados en este estudio es el denominado "Pautas de Consumo Inducido", cuyos resultados fueron los siguientes:

A este aspecto, es de suma importancia hacer patente que el niño conceptualiza a los anuncios en la misma categoría que los programas y por eso la influencia del comercial puede definirse como de carácter incidental. Esto significa que el niño está introyectando el consumo en una fase en la que cognoscitivamente es incapaz de emitir cualquier juicio evaluativo o siquiera poder discriminar el tipo de información que está recibiendo. -- Los datos correspondientes son una marcada tendencia a desear juguetes anunciados y a preferir productos alimenticios comerciales, constituyen elementos claves para fundamentar la afirmación de que la publicidad influye significativamente sobre las elecciones de los niños a partir de los tres años de edad. (10)

Por lo que concierne al número de pesos gastados anualmente en publicidad bastarían las siguientes cifras:

"Así, refrescos, pastelillos, botanas y golosinas gastaron más de 4 mil millones de pesos anuales de publicidad. Con estas cantidades, según el Instituto Nacional del Consumidor, han cambiado los hábitos alimenticios de la población rural". (11)

Un claro ejemplo del alto grado de consumismo al que se somete al niño es el programa "En familia".

"En familia" es el tipo de programa que ha podido sobrevivir la crisis y perdura. La razón: nació con el descubrimiento de que los niños aprenden eficazmente a consumir lo que sea, y la maquinaria de consumo se ha ido perfeccionando para que lo hagan de tiempo completo. (12)

Para E. Guinsberg hay dos objetivos simultáneos y coherentes en las programaciones destinadas a los niños: 1) Ser parte del proceso necesario de "modelamiento" del hombre y 2) hacer que ese proceso continúe fuera del tiempo televisivo -- por medio de juegos promovidos en tales programas, los que al mismo tiempo son una importante fuente de ingresos para los fabricantes de juguetes.

En México, al menos, es fácilmente observable en esas programaciones donde junto a los contenidos específicos -como caricaturas, consejos, etcétera-- aparece un altísimo porcentaje de publicidad de productos determinados a los niños (juguetes, golosinas etcétera). (13)

* Ponencia denominada "La televisión y el niño de tres a seis años de edad", presentada en el Primer Foro Latinoamericano de televisión para niños en agosto de 1976.

De acuerdo a lo anterior se podría concluir que se ha tomado en cuenta la conocida afirmación psicoanalítica, sobre la importancia central de los primeros años de vida para la estructuración del psiquismo, misma que se ve permanentemente reforzada durante toda la vida: la necesidad de un consumo incesante, que se logra a través de la publicidad.

NOTAS BIBLIOGRAFICAS

- 1) Agrupación de Iniciadores de la Televisión Mexicana.- Documentación y Archi
vo. s/p.
- 2) Loc. Cit.
- 3) Loc. Cit.
- 4) Guinsberg, Enrique. Control de los medios control del hombre.- México, Edi-
ciones Nuevo Mar, 1985, p. 31
- 5) Sesín, Saide. "El 98 por ciento de los niños mexicanos, asiduos clientes de -
la televisión privada" unomásuno (México, D. F.), 30 de agosto de 1986, -
p. 23
- 6) Loc. Cit.
- 7) Guinsberg, Enrique, op. cit., p. 64
- 8) Vellegia, Susana Comunicación Social, México, Foro de Consulta Popular 1983,
Vol. 2, p. 210
- 9) Erausquin, Alfonso, et al. Los teleniños. Madrid, Ed. Laia, S. A., 1981, --
p. 141.
- 10) Rivero, María Luisa. La televisión y el niño de tres a seis años de edad. -
México 1976. Mimeo.
- 11) García Calderón, Carola. "Chatarras con textos casi invisibles" unomásuno. -
(México, D. F.), 21 de mayo de 1987, p. 25.
- 12) Romero, Rogelio. "En Familia" unomásuno. (México, D. F.), 18 de agosto de-
de 1987, p. 28
- 13) Guinsberg, Enrique, op. cit., p. 64.

4. Técnica de análisis: Monitoreo de los programas infantiles.

Para efectos de este capítulo el concepto "técnica de análisis" hace referencia al instrumento mediante el cual es posible la comprobación científica de la hipótesis planteada en la introducción de la presente investigación que dice que: "Los programas infantiles son el medio idóneo para contribuir al mantenimiento de statu quo.

Se seleccionaron como objeto de análisis los programas "Topo Gigio", "Chiquilladas" y "He - Man", los dos primeros realizados en México y el último de origen norteamericano. Se escogieron los programas anteriormente señalados tomando en cuenta que, a decir de Televisa contaron con los "ratings" más altos, en cuanto a programas infantiles, registrados durante la semana del 22 al 26 de septiembre de 1986*.

Se consideró que una semana de transmisión de los programas en cuestión bastaría para demostrar el aserto formulado, habida cuenta de que las tendencias esenciales en los diálogos no sufren cambios al correr de las semanas, que merecieran un estudio mayor.

Para realizar la presente investigación el instrumento utilizado para comprobar la hipótesis señalada, fue el monitoreo** en virtud de que permite ordenar el material y hacerlo manejable, además que proporciona los elementos del discurso televisivo.

Los formatos del monitoreo fueron diseñados por Leticia Salas y Teresa Olvera para su tesis de licenciatura titulada Técnica de investigación en comunicación: monitoreo televisivo***.

En el texto a que se alude se define el monitoreo como "la técnica de recolección de datos que permite caracterizar los elementos componentes de un programa de televisión, a través de una observación directa y sistemática a fin de analizar producciones televisivas".

* Carta de programación con los ratings de todos los programas transmitidos en el período señalado, proporcionado por Televisa, S. A.; sin embargo, no fue posible conseguir información de la metodología que se utiliza para dichos efectos.

** Ver anexo 2.

*** Tesis registrada en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Nacional Autónoma de México en 1986.

Los formatos* que conforman el monitoreo son:

- A) Ficha de identificación.- En esta parte se menciona el programa, tema, tipo de programa y el horario en que se transmite oficialmente y el tiempo real de transmisión, así como la duración del programa sin comerciales. Se consig-- nan los nombres de los que participan para la realización de los programas.
- B) Aspectos técnicos.- Producción de audio y video. Se analizan cada uno de los elementos que conforman la imagen y el sonido de los programas.
- C) Continuidad del discurso.- En esta parte se observa si hay corresponden-- cia entre lo que se dice y la imagen presentada. La escenografía en que se desarrolla la trama y lo más importante es el discurso registrado desde el principio a fin del programa.
- D) Elementos valorativos del discurso .- Lo constituyen los diálogos más -- relevantes del programa y que posteriormente se retoman para la aplicación de las categorías de análisis

* Para una descripción detallada consúltese la tesis " Técnica de investigación: monitoreo televisivo ".

4.1 Definición y aplicación de categorías de análisis.

Las categorías de análisis no pueden ni deben ser las mismas para todas las investigaciones. Cada investigación se desarrolla en un momento histórico determinado y por lo mismo son producto de intereses y circunstancias únicas.

Por tal razón es necesario plantear categorías de análisis específicas que respondan a la hipótesis sustentada; de ahí que las categorías formuladas y definidas por Luis Ramiro y Elizabeth Fox en el libro "Comunicación dominada" sean válidas y adecuadas para esa finalidad.

Ellos realizaron una serie de categorías producto de diversos estudios de la programación televisiva.

De un estudio a otro, hay notable similitud en muchas de las observaciones. A pesar de haberse realizado en diferentes ambientes y oportunidades, con diversos focos y bajo distintos procedimientos, las investigaciones muestran regularidades que sugieren patrones. *

Es así como surgen las siguientes categorías de análisis* que se utilizarán en el presente trabajo:

Individualismo.- La creencia de que las necesidades y aspiraciones del individuo predominan sobre las de las comunidades de las cuales él forma parte.

Elitismo.- La creencia de que el orden social natural requiere el predominio de unos pocos, mejor dotados que los demás.

Racismo.- La creencia de que la raza blanca caucásica es biológicamente superior a todas las demás.

Materialismo.- La creencia de que las metas más importantes de los seres humanos son la adquisición de la riqueza, la acumulación de bienes materiales, el disfrute de servicios y el logro del bienestar en general.

Aventurerismo.- La creencia de que el éxito en la vida del individuo está basado sustancialmente en la osadía, el oportunismo, la viveza y la rudeza empleadas para tomar ventaja sobre los otros.

* Para mayor información consúltese el libro "Comunicación dominada".

** Esta secuencia no implica clasificación jerárquica.

Conservadurismo.- La creencia de que las estructuras socioeconómicas características del capitalismo constituyen el único orden natural social deseable y - -- que, como tal, debe permanecer indefinidamente inalterado para el bien de to-- dos.

Conformismo.- La creencia de que el estado actual de la sociedad debe aceptarse con resignación debido a que, aunque no es justo para algunos, no se debe-- ría intentar cambiarlo puesto que está determinado por el destino y, por lo - -- tanto, es inmutable.

Autoderrotismo.- La creencia que tienen algunos miembros de los estratos sociales más bajos de que ellos resultan ser, real, intrínseca y abismalmente infe-- riores a los de los estratos superiores y de que dicha inferioridad es irrevoc-- cable y, por tanto, los hace definitivamente perdedores.

Providencialismo.- La creencia de que los miembros no privilegiados de la so-- ciedad no necesitan intentar superar sus desventajas ni por sí mismos ni por -- medio de una acción social solidaria puesto que, al final, fuerzas externas sobrenaturales intervendrán para hacerles prodigiosamente justicia y concederles felicidad.

Agresividad.- La creencia que la violencia no es necesariamente un recurso - -- ilícito e indeseable para lograr éxito en la vida.

Autoritarismo.- La creencia de que el comportamiento humano debe ser controlado verticalmente en el sentido de que los que no tienen poder deben obedecer -- de manera ciega a quienes lo detentan.

Romanticismo.- La creencia de que el amor constituye una solución mágica a los problemas socioeconómicos y culturales que afectan a muchas personas.

Una vez definidas las categorías de análisis, se aplican a los elementos valo-- rativos del discurso (formato d).

El resultado de esta confrontación se observa a continuación:

4.2 Resultados del análisis.

Los resultados del análisis de los programas infantiles en relación a la aplicación de las categorías de análisis, muestran lo siguiente :

En la serie de He-man, del día 22 de septiembre, la categoría providencialismo - aparece el 33.33%, mientras que agresividad, aventurismo, conformismo y materialismo se observan con un 16.66% cada una de ellas (ver Aplicación de categorías I y Gráfica porcentual I)

En el programa Raúl Astor presenta a Topo Gigio, con fecha 23 de septiembre, la categoría que con mayor frecuencia aparece es la de romanticismo con el 55.55%; la sigue materialismo con el 22.22%, en tanto que agresividad e individualismo - sólo con el 11.11% (ver Aplicación de categorías II y Gráfica porcentual II)

En el programa He-man, presentado el 24 de septiembre, que únicamente tiene una duración de 8 minutos, se encuentra que la categoría de individualismo, conformismo y autoritarismo tiene el 33.33% respectivamente (ver Aplicación de categorías III y Gráfica porcentual III).

En la misma serie, pero de fecha 25 de septiembre, la categoría de romanticismo obtiene el 50%, mientras que agresividad, conformismo y elitismo el 16.66% (ver Aplicación de categorías IV y Gráfica porcentuales IV).

En el programa Chiquilladas, del 26 de septiembre, la categoría más utilizada es materialismo con el 33.33%. A su vez, agresividad, autoderrotismo, autoritarismo y romanticismo tienen el 16.66% (ver Aplicación de categorías V y Gráfica porcentual V).

Finalmente y para contestar la segunda pregunta planteada en la introducción: -- ¿Cuáles son las categorías que con mayor frecuencia aparecen en estos programas? se realiza el siguiente cuadro con las categorías que de mayor a menor frecuencia aparecen en el muestreo de la semana comprendida del 22 al 26 de septiembre:

Romanticismo	30.00%
Materialismo	16.66%
Agresividad	13.33%
Conformismo	10.00%
Autoritarismo	6.66%
Individualismo	6.66%
Providencialismo	6.66%
Autoderrotismo	3.33%

Aventurismo
Elitismo

3.33%

3.33%

Cabe señalar, que a excepción de conservadurismo y racismo, el resto de las categorías de Análisis que Luis Ramiro Beltrán y Elizabeth Fox emitieron en su análisis de los programas colombianos, se detectaron en programas infantiles mexicanos. (ver Gráfica porcentual VI).

APLICACION DE CATEGORIAS DE ANALISIS

PROGRAMA: "No tan Ciego"		FECHA: 22/sep./86.
CATEGORIAS DE ANALISIS	PERSONAJE	ELEMENTOS VALORATIVOS DEL DISCURSO -
Providencialismo.	Louse, el narrador de historias y el príncipe - - Adam.	<p>si uno es bastante poderoso puede hacer lo que quiere.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Perdóneme, Alteza ¿Realmente conoce a He-man? - Sí y tal vez mejor que cualquiera. - Yo siempre he soñado con conocerlo. - El es Louse, y es ciego de nacimiento. - Bueno, Louse ¿quieres acompañar a He-man en una - - aventura?
Aventurismo.	He-man, Ra-man y Louse.	<ul style="list-style-type: none"> - Bien, compañeros, ya basta de hablar. Me dijeron - que alguien quería tener una aventura. ¿han oído -- hablar del cristal cantor? - ¡Oh, siempre creí que sólo era una leyenda! - No, los cristales son reales, y sé dónde están. -- Louse ¿te gustaría ser el primer niño de Eternia -- que toque los cristales cantores. - ¡Claro, por supuesto que me gustaría!
Providencialismo		<ul style="list-style-type: none"> - Bien, niños ¿qué les enseñó esta historia?

- 52 -

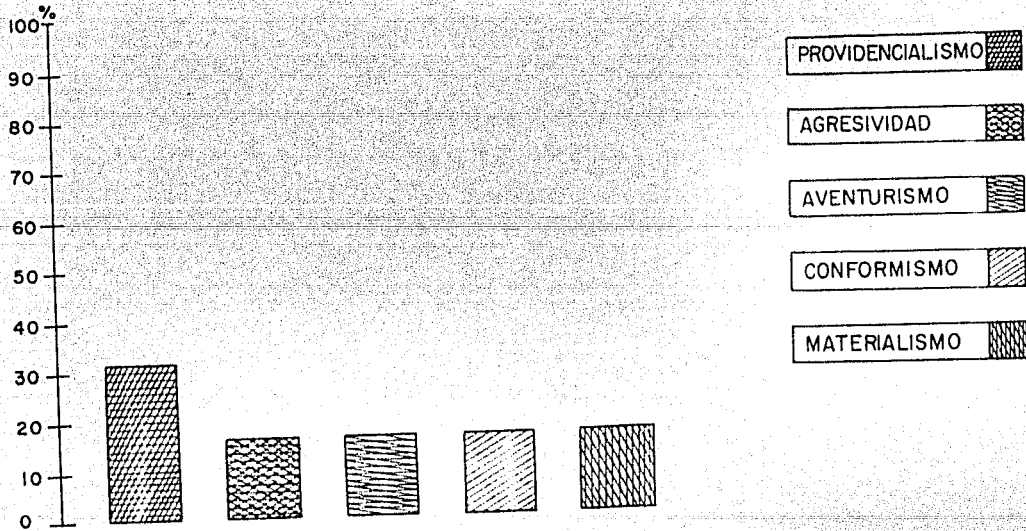
PROGRAMA: "No tan Ciego"		FECHA: 22/sep./ 86
CATEGORIAS DE ANALISIS	PERSONAJE	ELEMENTOS VALORATIVOS DEL DISCURSO
Materialismo	Mercaderes platicando con el príncipe Adam (He-man).	<ul style="list-style-type: none"> - ¡Oh, noble príncipe, me honras con tu presencia. ¿En qué puedo servirte? - Estoy buscando un regalo para mi madre. - ¿Hoy es el cumpleaños de la reina? - No, no es una ocasión especial. Sólo quiero regalarle algo porque la amo mucho.
Agresividad	El narrador de -- historias y va- rios niños.	<ul style="list-style-type: none"> - ... los monstruos sólo eran grandes rocas, así que He-man no sintió temor de hacerles daño. - ¿Y los aplastó? - Bueno, sí, sí hizo eso. De hecho He-man apretó -- su tremendo puño y ¡brooom! el monstruo roca quedó convertido en guijarros.
Conformismo	El narrador de -- historias, el príncipe Adam y niños.	<ul style="list-style-type: none"> - He-man nunca busca dañar a un ser vivo, bueno o malo. - Pues yo no entiendo. Cuando hago algo malo me castigan ¿Por qué a Squeletor no? - Sí, por qué siempre se sale con la suya. - El sí será castigado por sus fechorías. Squeletor no es un criminal común. - Squeletor no ha sido castigado [se los dije]

APLICACION DE CATEGORIAS DE ANALISIS

PROGRAMA: "No tan Ciego"		FECHA: 22/sep./86.
CATEGORIAS DE ANALISIS	PERSONAJE	ELEMENTOS VALORATIVOS DEL DISCURSO
		<ul style="list-style-type: none"> - Que aunque Louse es ciego, es igual al resto de -- nosotros. - ¡Sí! y como aprendió a usar otros sentidos, le ayudó a He-man. - Así es, el que una persona sea ciego o con alguna-desventaja no significa que sea inválido.

GRAFICA PORCENTUAL DE LA APLICACION
DE CATEGORIAS DE ANALISIS

1



NOTA: DATOS TOMADOS DE LA SERIE:
HE-MAN Y LOS AMOS DEL UNIVERSO (22-IX-86)

APLICACION DE CATEGORIAS DE ANALISIS

PROGRAMA: "Topo Gigio enamorado"		FECHA: 23/sep. 86.
CATEGORIAS DE ANALISIS	PERSONAJE	ELEMENTOS VALORATIVOS DEL DISCURSO
Agresividad.	Topo Gigio y Raúl Astor.	<ul style="list-style-type: none"> - Eso creía yo, Raulito, pero ayer vi que salía con otro. - ¿Con otro? - Sí, sí, Raulito. - Si sale con otro, necesitas luchar por ella. - Sí, sí que voy a luchar por ella. Voy a ir hasta donde está ese ratón y le voy a dar a ese ratón... una paliza, diez palizas y muchas palizas. - No, no, no, no. Yo no me refería a ese tipo de lucha. - Es que yo lo mato, lo mato, lo mato. Lo voy a matar lo voy a matar.
Romanticismo.	Topo Gigio y Raúl Astor.	<ul style="list-style-type: none"> - Pero si yo la quiero mucho, Raulito. - No es sólo eso. Mira, si tú por ejemplo le escribiras a Rosy una poesía, o fueras y le cantaras una canción muy romántica, ¿cómo ves esa idea? - ¡Pero que me cuentas, eh, que me cuentas, eh! Eso puede solucionar mi problema ¿verdad?
Romanticismo.	Topo Gigio y Raúl Astor.	<ul style="list-style-type: none"> - Llevo todo el día escribiendo y apenas llevo sólo unas líneas.

APLICACION DE CATEGORIAS DE ANALISIS

PROGRAMA:		FECHA: 23/sep./86.
CATEGORIAS DE ANALISIS	PERSONAJE	ELEMENTOS VALORATIVOS DEL DISCURSO
Romanticismo	Topo Gigio y Raúl Astor.	<ul style="list-style-type: none"> - ¿Sabes qué, Gigio? Las cosas que cuestan mucho trabajo se aprecian mucho más. Y Rosy te quiere, así que va a apreciar mucho más tanto trabajo. - "Querida Rosita. Tus lindos ojos mexicanos me <u>estremecen</u> cada vez que me miran..." - Muy bien Gigio, muy bien, sigue, sigue. - "Desde que llegué a México sólo he pensado en <u>compartir</u> mi quesito contigo..." - Muy bien, Gigio, muy bien. Adelante, sigue. - "Si tu me dejas, Rosy, este pobre ratoncito de la televisión ya no tendrá a quien amar y morirá, sin ser amado.
Romanticismo.	Topo Gigio y Raúl Astor.	<ul style="list-style-type: none"> - Estoy seguro que después que Rosy lea esta carta no te va a dejar nunca. - Es que... ¿Tú crees, Raulito? ¿Tú crees? - Estoy seguro, Gigio. Esta llena de verdad, de <u>sentimiento</u>. Por favor repíteme la parte final. - ¿Otra vez, otra vez? - Sí, otra vez. - Si tú me dejas, este pobre ratoncito de la televisión ya no tendrá a quien amar y morirá sin ser amado.

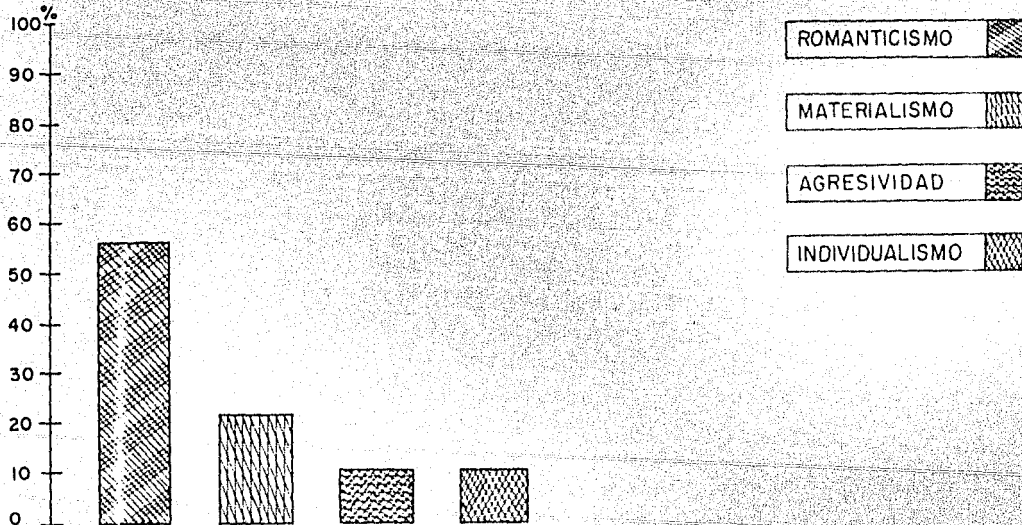
PROGRAMA: "Topo Gigio enamorado"		FECHA: 23/sep./86.
CATEGORIAS DE ANALISIS	PERSONAJE	ELEMENTOS VALORATIVOS DEL DISCURSO
Individualismo.	Topo Gigio y Raúl - Astor.	<ul style="list-style-type: none"> - Está bien, Gigio, está bien. Mira, yo lo diría por ejemplo, tu llegas y le dices: "Amor mío, mi corazón late por tí, y he escrito esta carta como prueba de amor para tí." - Mamma mía, Raulito ¡qué inspiración! - ¿Ah, verdad? - Sí te hubiera oído Rosy, menos mal, menos mal que no te oyó Rosita. - ¿Por qué Gigio? - Porque me hubiera dejado a mí y se hubiera ido contigo.
Materialismo.	Topo Gigio y Raúl - Astor.	<ul style="list-style-type: none"> - No lo puedo creer. ¡Le llevaste flores, le llevaste bombones, le cantaste una canción, una canción y todo para nada! - Pero ¿sabes? encontré esta tarjeta, sí, esta tarjeta. - Haber dámela. - Leela por favor. - "Querido Gigio: Tu cartita me ha conmovido, pero Pascualino me ha invitado a cenar con él al Santangel, después de haberme obsequiado con una piel de visón. Contigo nos veremos otra vez. Un beso, Rosy. - Increíble.

APLICACION DE CATEGORIAS DE ANALISIS

PROGRAMA: "Topo Gigio enamorada"		FECHA: 23/sep./8e.
CATEGORIAS DE ANALISIS	PERSONAJE	ELEMENTOS VALORATIVOS DEL DISCURSO
Materialismo.	Topo Gigio y Raúl-Astor.	<ul style="list-style-type: none"> - Me parece que la técnica Raúl Astor romántico (RAR)- esta vez ha fallado. Quizá funcione mejor el (RIR). - RIR ?Qué quiere decir? - Ricos importantes regalos.
Romanticismo.	Topo Gigio y Raúl-Astor.	<ul style="list-style-type: none"> - Ahora di tus oraciones para que Dios te ayude con -- Rosy. - Sí, sí, que Diosito y San Pepino sueñen con los -- angelitos y cuiden a todos los ratoncitos enamorados.

GRAFICA PORCENTUAL DE LA APLICACION DE CATEGORIAS DE ANALISIS

11



NOTA: DATOS TOMADOS DE LA SERIE:

RAUL ASTOR PRESENTA A TOPO GIGIO (23-IX-86)

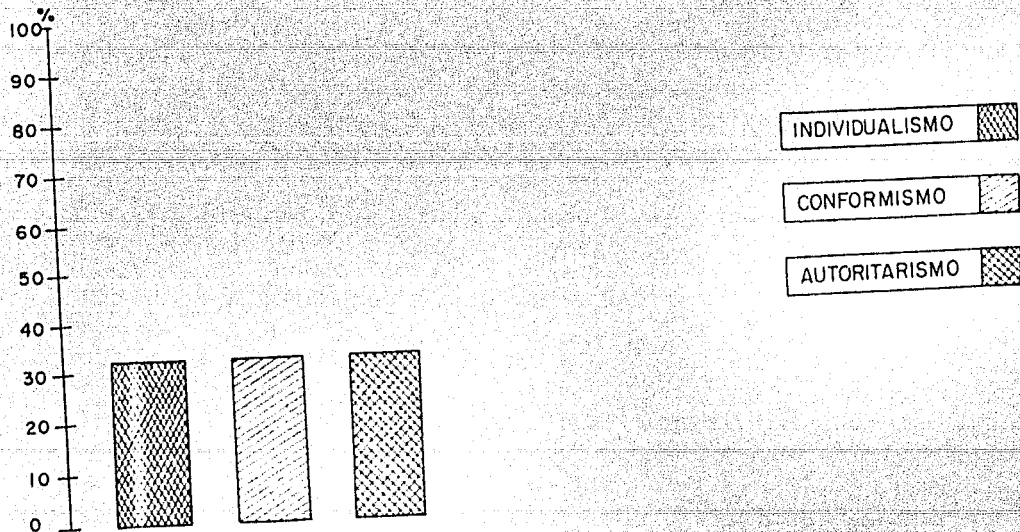
APLICACION DE CATEGORIAS DE ANALISIS

III

PROGRAMA: "Los titor"		FECHA: 24/sep./86.
CATEGORIAS DE ANALISIS	PERSONAJE	ELEMENTOS VALORATIVOS DEL DISCURSO
Individualismo	Squeletor, el hombre bestia y cara de lata.	- Ahora que los titor acabaron con la comida almacenada en las bodegas del rey, esperará unos días hasta que el rey venga a rogarme que alimente a su gente ¡Ja, - ja, ja! Pero deberá darme los secretos del castillo de Greissol.
Conformismo.	He-man, Ducan y -- los Titor.	- Parece que alguien se siente mal. Viene de ese lado ¡Vaya! ¿Qué tenemos aquí? ¡Ah! Perdón si interrumpo su fiesta. Hemos venido a ofrecerles ayuda. - Nadie ayuda a los titor fuera de Squeletor, pero él nos hace enfermar ¡oh, nos duele el estómago! ¡todo el mundo cree que somos malos!
Autoritarismo.	Squeletor y sus secuaces.	- ¿Tenemos todo listo? - Sí, Squeletor. - Bien, el rey tendrá que suplicar por alimentos para todo su pueblo. Vendrá a mí de rodillas.

GRAFICA PORCENTUAL DE LA APLICACION DE CATEGORIAS DE ANALISIS

III



NOTA: DATOS TOMADOS DE LA SERIE:
HE-MAN Y LOS AMOS DEL UNIVERSO (24-IX-86)

APLICACION DE CATEGORIAS DE ANALISIS

IV

PROGRAMA: "La rosa solitaria"		FECHA: 25/sep./86.
CATEGORIAS DE ANALISIS	PERSONAJE	ELEMENTOS VALORATIVOS DEL DISCURSO
Conformismo.	Orko con Ringer, la mascota de He-man.	<ul style="list-style-type: none"> - Cielo, quisiera hacer algo por Driel, algo que la hiciera feliz, ¿pero qué podría hacer? - Podrías hacerle algo de magia. - ¡Qué buena idea! - Pero tu magia nunca funciona ¡je, je, je! - Es cierto, pero podría comprarle lo más hermoso de Eternia. - Pero para eso se necesita tener mucho dinero. - ¡Ah, sí! Bueno, pues como dice mi tío; cuando las cosas no parecen tener solución, olvídalas.
Romanticismo.	Orko y la rosa.	<ul style="list-style-type: none"> - Driel estará encantada con la rosa, y seguramente la plantará cerca de su ventana para poder verla todo el tiempo y recordarme.
Agresividad.	Hombre bestia y cara de lata.	<ul style="list-style-type: none"> - ¡Ah! van! Si le damos al motor los haremos caer ¡eh? - Te dije que le dieras al motor, pero le diste a la rosa.

APLICACION DE CATEGORIAS DE ANALISIS

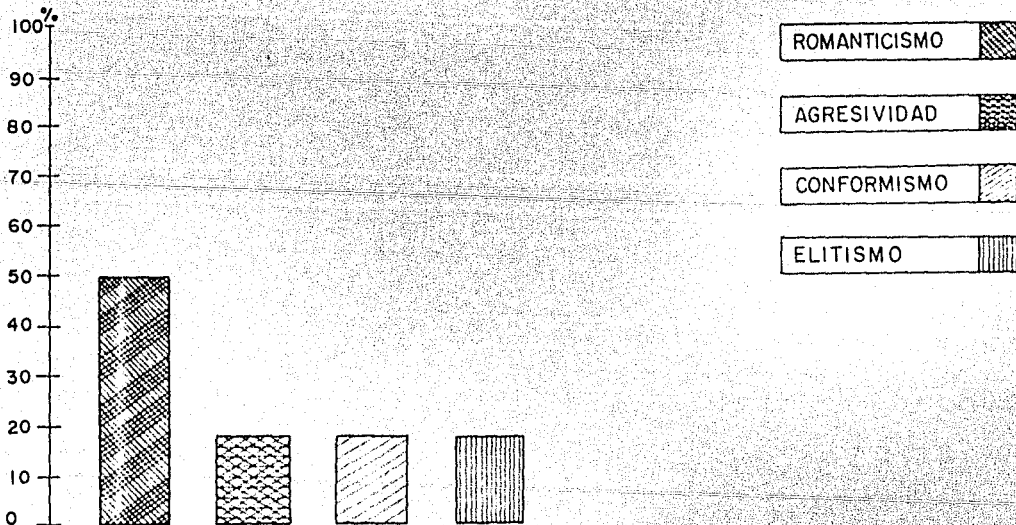
PROGRAMA: "La rosa solitaria"		FECHA: 25/sep./80.
CATEGORIAS DE ANALISIS	PERSONAJE	ELEMENTOS VALORATIVOS DEL DISCURSO
Romanticismo	Driel, Orko y - - Duncan.	<ul style="list-style-type: none"> - Quería regalarte algo especial, así que tomé la rosa solitaria de la montaña... y - Lo que Orko ignoraba es que la rosa era el corazón - de la montaña rosa, y cuando la tomó la montaña empezó a derrumbarse. - Traté de hacer algo bonito, y ahora lo he arruinado todo. No comprendo cómo pudo resultar de este modo. - Tomaste la rosa con un buen propósito en tu corazón - ¡no debes culparte por ello! - ¡Miren, la rosa está reviviendo!
Romanticismo.	La Diosa de la rosa, Orko y Driel.	<ul style="list-style-type: none"> - Tengo mucho que agradecerles a ambos. - ¿Agradecemos? ¿Qué, qué fue lo que hicimos? - Pues sencillamente me liberaron. Eso es todo. Verán: todos estos años he sido prisionera del dolor - de amor. Estaba tan triste, que no permitía que nada más creciera en esta montaña. Orko, al haberme - elegido como regalo del verdadero amor, me liberaste, estoy satisfecha.
Elitismo	En la cueva de -- Squeletor con el - hombre bestia y - cara de lata.	<ul style="list-style-type: none"> - ¿Y tú crees que Squeletor note la diferencia? - No, todas las flores son iguales. Sólo actúa con <u>na</u> - turalidad.

APLICACION DE CATEGORIAS DE ANALISIS

PROGRAMA: "La rosa solitaria"		FECHA: 25/sep./86.
CATEGORIAS DE ANALISIS	PERSONAJE	ELEMENTOS VALORATIVOS DEL DISCURSO
		<ul style="list-style-type: none"> - A ver, a ver, a ver si puedo, porque si no lo sabes, a mí me reprobaron en actuación. - ¿Tienen la rosa? ¡Dénmela! - ¡Ay, ay, ay, pero qué torpes! ¿Qué disculpa tienen ahora? - Te dije que no nos iba a creer nada. ¡Pero a pesar de todo qué listo es el jefe, ¿verdad? ¿Cómo se habrá dado cuenta? ¡Y qué listo!

GRAFICA PORCENTUAL DE LA APLICACION
DE CATEGORIAS DE ANALISIS

IV



NOTA: DATOS TOMADOS DE LA SERIE:
HE-MAN Y LOS AMOS DEL UNIVERSO (25-IX-86)

APLICACION DE CATEGORIAS DE ANALISIS

v

PROGRAMA: "Chiquilladas en Japón"		FECHA: 26/sep./86.
CATEGORIAS DE ANALISIS	PERSONAJE	ELEMENTOS VALORATIVOS DEL DISCURSO
Materialismo	Pituca y Petaca vendiendo mercancías en un mercado.	<ul style="list-style-type: none"> - ¿Quiere comprar fayuca? - Tocatoca, cassett muy chico. - Oye, tú, Petacataca, muestra último invento. - Miniminimicrocomponente, mil watts por canal estéreo; energía sólo por el día.
Agresividad	Chiquidrácula y Karateca.	<ul style="list-style-type: none"> - ¡Pelo qué ven mis honorables ojitos! ¡Una víctima, y en Japón víctima se dice: ta amolada. Le voy a dar mellito. ¡Bu! ¡Bu! ¿No sientes mellito? ¡Bu! ¡Bu! - ¿No sientes mellito? Soy rachico el vampiro. - Soy karateca, cinta negra ¡aaaaaaaa!
Autoderrotismo	Lolita Ayala y su programa "24 horitas"	<ul style="list-style-type: none"> - Y según las últimas estadísticas sobre automovilismo: si un norteamericano va en su coche y oye un ruido en el motor se baja, lo arrega y lo convierte en turbo.- Si un japonés oye un ruido en su coche, se baja, lo transistorisa, lo hace miniatura de pila con energía solar, y si un mexicano oye un ruido en el motor de su carro, le sube al radio.
Materialismo	Carlínfla y una niña.	<ul style="list-style-type: none"> - Como quien dice tu vas a conocer el invento que sacaron los japoneses, es la televisión más pequeña del mundo, como la ves desde ahí.

103

APLICACION DE CATEGORIAS DE ANALISIS

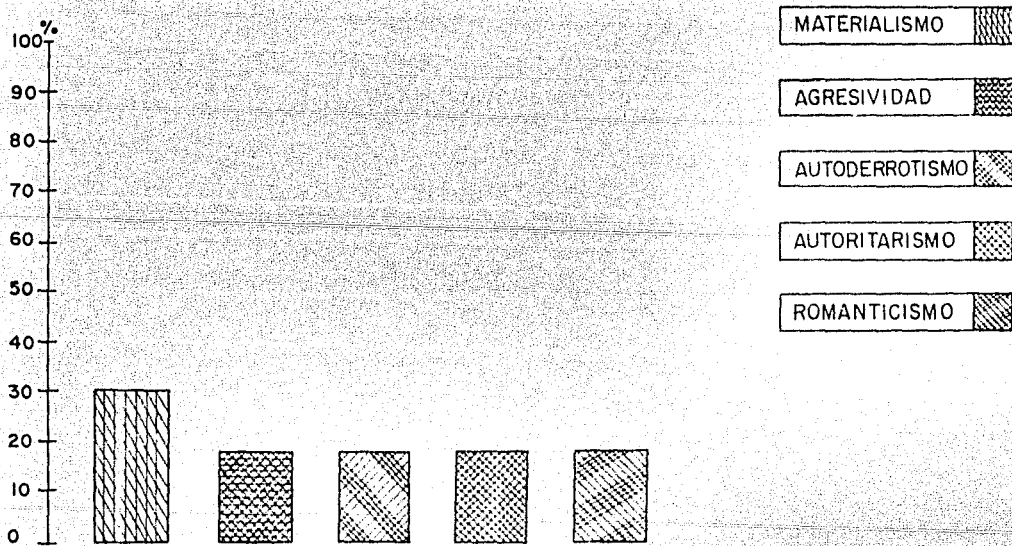
PROGRAMA: "Chiquilladas en Japón"		FECHA: 26/sep./86.
CATEGORIAS DE ANALISIS	PERSONAJE	ELEMENTOS VALORATIVOS DEL DISCURSO
Romanticismo.	Padre Flor de Loto, Flor de Loto y Karate Kid.	<ul style="list-style-type: none"> - ¿Y para que sirve? - ¿Cómo? No sabes para qué sirve, ahora sí como quien dijo quién sabe que porque no es lo mismo andar que lo arguendero, pero como quien dice esta televisión te puede servir pa' muchas cosas. <p>Te puede servir para ver en tu casa, en el metro, en el tren bala, en donde quieras, Chata, en donde quieras.</p> <ul style="list-style-type: none"> - ¿Es cara? - No, Chata, no es cara es televisión. <ul style="list-style-type: none"> - ¿Y tú por qué no quitarte los zapatos para entrar a mi honorable casa? - Es que no puedo. - Tú decir ¿por qué? - No puedo quitarme los zapatos porque traigo los calcetines rotos. Por eso Flor de Loto me lo va a zurcir. - Honorable padre de Flor de Loto, a pesar de todo yo lo quiero, honorable padre.
Autoritarismo	Karate Kid y Padre Flor de Loto	<ul style="list-style-type: none"> - Te daré la mano de Flor de Loto a menos de que demues tres que de veras te la mereces. - Claro que la merezco.

APLICACION DE CATEGORIAS DE ANALISIS

PROGRAMA: "Chiquilladas en Japón"		FECHA: 26/sep./ 80.
CATEGORIAS DE ANALISIS	PERSONAJE	ELEMENTOS VALORATIVOS DEL DISCURSO
		- ¿Ves aquella piedra de agua? Si la rompes con la mano, te daré la mano de Flor de Loto.

GRAFICA PORCENTUAL DE LA APLICACION DE CATEGORIAS DE ANALISIS

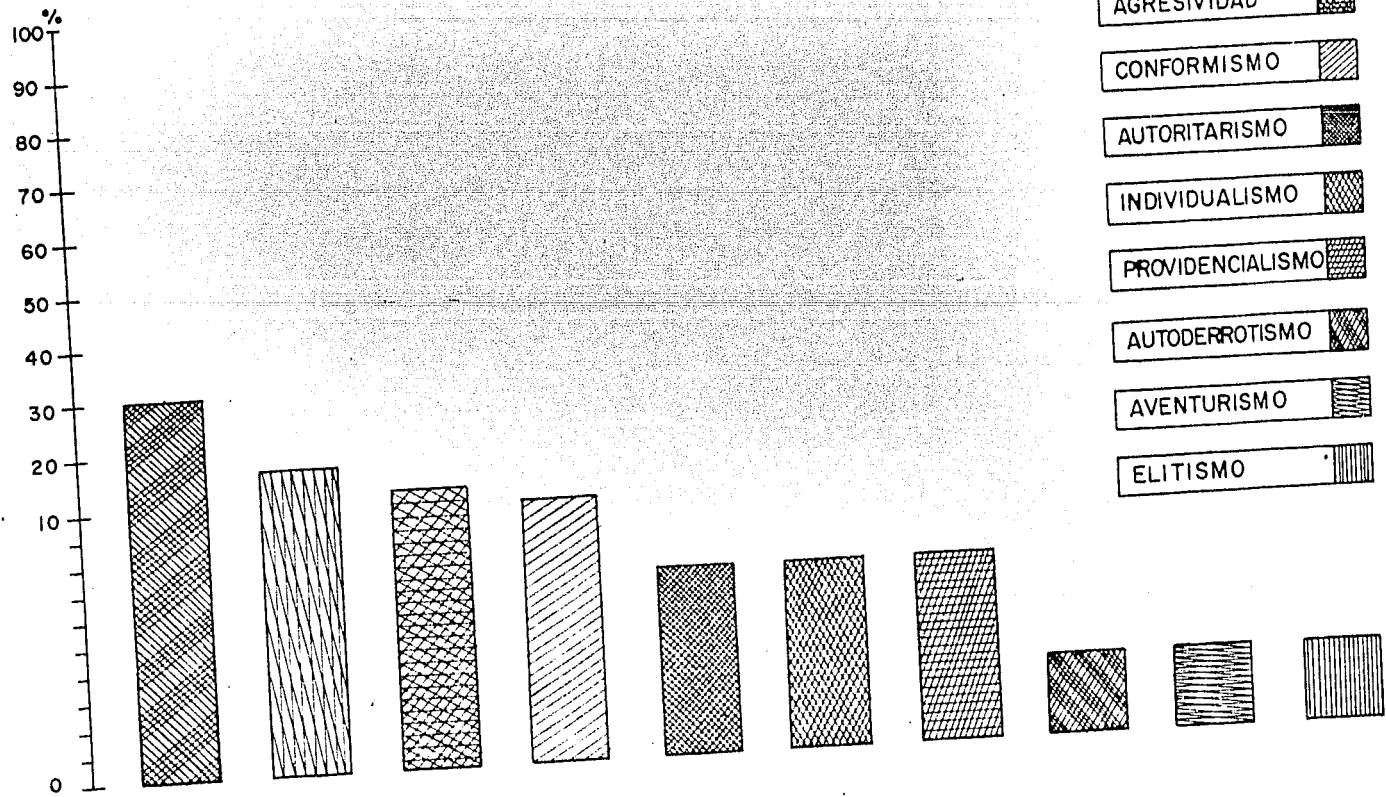
v



NOTA: DATOS TOMADOS DE LA SERIE:
CHIQUILLADAS (26-IX-86)

GRAFICA PORCENTUAL DE LA APLICACION DE ANALISIS DE LA SEMANA COMPRENDIDA DEL 22 AL 26 DE SEPTIEMBRE DE 1986

VI



5. Conclusiones.

Como se advierte en el desarrollo de la tesis las hipótesis planteadas en la investigación fueron apoyándose en diversos análisis, muestras y estudios. Así pues, la primera hipótesis correspondiente a "La televisión goza de mayor influencia en el público infantil aprovechando su amplia permeabilidad a los impactos televisivos, mediante los cuales se predetermina, en buena medida, su ulterior forma de pensar y actuar, haciéndola compatible con el sistema de producción capitalista", se comprueba si se considera que:

- El niño pasa más tiempo viendo la televisión (1460 horas) que en la escuela (920 horas), según datos del Instituto Nacional del Consumidor.
- La información a través de la televisión llega a la sensibilidad de los niños sin que hayan llegado siquiera a estar en condiciones de captar los mensajes internacionales.

De esta manera, los niños cotidianamente ven la televisión aferrados a imágenes incluso antes de poder captar el contenido verbal manifiesto de sus mensajes.

- La televisión es el medio por el cual el sistema capitalista induce al niño a -- consumir en una fase en la que cognocitivamente es incapaz de emitir cualquier juicio evaluativo.
- Los programas infantiles transmiten una serie de valores para la continuidad y legitimación del sistema capitalista, enseñando a los niños que sólo los buenos reciben felicidad, mientras que los malos que quieren perturbar el orden establecido siempre son castigados.

Sobre la segunda hipótesis que dice:

"Los programas infantiles constituyen los medios ad hoc a través de los que se favorece el mantenimiento del statu quo".

- Al aplicar las categorías de análisis a los programas infantiles se encontró con que son tres los que con mayor frecuencia aparecen:
- La primera es la del romanticismo, o sea la creencia de que el amor constituye una solución a los problemas socio-económicos y culturales que afectan a muchas personas.

- La segunda, es la del materialismo que muestra un mundo donde la adquisición de la riqueza y la acumulación de bienes materiales son las metas más importantes a alcanzar.
- La tercera es la agresividad, donde se asume que la violencia no es necesariamente un recurso ilícito e indeseable para lograr éxito en la vida.
- El resto de las categorías se observaron en menor medida; sin embargo, cabe señalar que el racismo y el conservadurismo no aparecen registrados en ninguno de los programas, por fortuna.
- Todo lo anterior permite concluir que los programas infantiles refuerzan y legitiman al sistema de producción capitalista, al presentar en su contenido los elementos para que los agentes sociales tiendan a una dirección política, económica y cultural que requiere el sistema capitalista, ya que al detentar la clase dominante el control de Televisa, S. A., es su propia concepción del mundo la que -- tenderá a uniformarse como principio general en la sociedad, pues no hay que olvidar que, como sostiene Marx, los pensamientos de la clase dominante son, también en todas las épocas, los pensamientos dominantes.

De ahí que sea necesario realizar programas infantiles alternativos, desde el -- cual el niño pueda construir creadoramente cualquier otra cultura al margen de -- la cultura del consumo.

BIBLIOGRAFIA GENERAL

- 1) Aldana García, Alma. "Participación social en busca de la identidad nacional" en Foro de Consulta Popular de Comunicación Social. México, Comunicación Social, núm. 5, 1983, p. 103 - 105.
- 2) Arriaga, Patricia; Publicidad, economía y comunicación masiva. (México-Estados Unidos) 1a. ed., Nueva Imagen, 1980. 324 pp.
- 3) Barbosa, Humberto. Derecho a la información. Audiencias públicas, LI Legislatura de la H. Cámara de Diputados. México, Tomo I, 1981, pp. 538 - 554.
- 4) Bernal Sahagun, Victor; Anatomía de la publicidad en México. 7a. ed., México, Ed. Nuestro Tiempo, S. A., 1985, 249 pp.
- 5) Blanco, Amalia. "La influencia deformante de la televisión y alternativas de mejoramiento" en Foro de Consulta Popular de Comunicación Social. México, Comunicación Social, núm. 3, 1983, p. 124 - 126
- 6) Bobbio, Norberto, et. al. Gramsci y las ciencias sociales. 7a. ed., México, Cuadernos de Pasado y Presente, 1982, 170 pp.
- 7) Borzoni Ardonic, Aldo. "Influencia desintegradora de la televisión". en -- Foro de Consulta Popular de Comunicación Social. México, Comunicación Social, núm. 2, 1983, p. 115 - 118.
- 8) Bossard, James, et. al., Sociología del desarrollo infantil. Madrid, Ed. - Aguilar, 1969, 602 pp.
- 9) Colletti, Lucio: Marxismo y sociología. México, Ed. Quinto Sol, 1985, 85 pp.
- 10) Cremoux, Raúl. "Medios masivos. A este lado de Televisa", en El desafío -- mexicano. 4a. ed. México, Ed. Océano, 1986, pp 283 - 295.
- 11) Crovi, Delia. "La legislación televisiva: un instrumento para preservar la identidad nacional" en Foro de Consulta Popular de Comunicación Social. -- núm. 4, 1983 pp. 129 - 132.
- 12) D' Arcy, Jean. "El derecho humano de comunicar" en Aportes de comunicación social. Coordinación General de Comunicación de la Presidencia de la República, México, núm 3, 1981 p. 53 - 78.
- 13) Duverger, Maurice; Métodos de las ciencias sociales. 7a. ed. Barcelona, -- Ed. Ariel, 1974, 593 pp.
- 14) Engels, Federico; El Origen de la familia, la propiedad privada y el estado. México, Ediciones de Cultura Popular, S. A., 1977, 223 pp.

- 15) Enzensberger, Hans M. Elementos para una teoría de los medios de comunicación. 4a. ed. Barcelona. Cuadernos Anagrama, 1984, 74 pp.
- 16) Esteinou, Javier. El estudio materialista de la comunicación de masas. México, Talleres de Investigación de Comunicación Masiva No. 1, Universidad Autónoma Metropolitana, 1979, 58 pp.
- 17) ---- Aparatos de comunicación de masas, estado y puntos de hegemonía. Taller de Investigación de Comunicación Masiva No. 6, México, Universidad Autónoma Metropolitana, 1980, (Cuadernos del TICOM, 6), 80 pp.
- 18) ---- Los medios de comunicación y la construcción de la hegemonía. México, ProI, De Armand Mattelart, Nueva Imagen, 1983, 195 pp.
- 19) Fernández Christlieb, Fátima. Los medios de difusión masiva en México. 5a. ed., México, Ed. Juan Pablos, 1986, 330 pp.
- 20) ---- "La crisis cultural y la lucha ideológica en la televisión" en México ante la crisis. 2a. ed., México, Siglo XXI, 1986. p. 161 - 180.
- 21) ---- "Comunicación, tecnología y dependencia" en II Foro Internacional de Comunicación. México, Sociedad cooperativa publicaciones mexicana, S.C. L., 1988, p. 267 - 278.
- 22) ---- "Tecnología informativa y soberanía nacional" en Foro de Consulta -- Popular de comunicación social. México, Comunicación Social, núm. 6, 1983, p. 137 - 141.
- 23) Goded, Jaime. 100 puntos sobre la comunicación de masas en México. México, Juan Pablos Editor, 1985. 179 pp.
- 24) Goded, Jaime (COMP). Los medios de comunicación colectiva. México, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, Series Lecturas, 1, 1976, 302 pp.
- 25) Gomezjara, Francisco y Nicolas Pérez Ramírez. El diseño de la investigación social. 3a. ed., México, Ed. Nueva Sociología, 1981, 360 pp.
- 26) González Casanova, Pablo. La democracia en México, 15a ed., México, Ed. -- Era, S. A., 1984, 333 pp.
- 27) González Pedrero, Enrique. et. al. Los medios de comunicación de masas. México, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, Serie Estudios 10, 1979, - 175 pp.
- 28) González Pedrero, Enrique. "Televisión pública y social" en El estado y la televisión. México. Revista Nueva Política, núm. 3, 1976, p. 181 - 191.

- 29) Gramsci, Antonio. Notas sobre maquiavelo, sobre política y sobre el método Moderno. 2a. ed., México, Juan Pablos Editor, S. A., 1986, 334 pp.
- 30) Granados Chapa, Miguel Angel. Exámen de la comunicación en México. México, Ed. El Caballito, 1981, 223 pp.
- 31) ---- Comunicación y política. 1a. ed., México, Ed. Océano, 1986, 193 pp.
- 32) ---- "En busca del tiempo perdido" en El estado y la televisión. México, - Revista Nueva Política, núm. 3, 1976, p. 223 - 236.
- 33) Guinsberg, Enrique. Control de los medios control del hombre. México, Ed. - Nuevo Mar, 1985, 181 pp.
- 34) Hansen, Roger. La política del desarrollo mexicano. 10a. ed., México, Ed. - Siglo XXI, 1980, 340 pp.
- 35) Hurlock, Elizabeth. Desarrollo del niño. 2a. ed., México, Libros Mac. Graw-Hell de México, S. A. de C. V., 1982, 607 pp.
- 36) Kosik, Karel. Dialectica de lo concreto. México, Ed. Grijalvo, 1967, 58 pp.
- 37) Liublinskaia, A. Desarrollo psíquico del niño. 2a. ed. México, Ed. Grijal--ba, 1986, 413 pp.
- 38) Mac. Bride, Sean, et. al. Un sólo mundo, voces múltiples. México, Fondo de cultura económica, 1980, 508 pp.
- 39) Makarenko, A. Conferencias sobre educación infantil. 2a. ed., México, Ed. - Mexicanos Unidos, 1987, 183 pp.
- 40) Matrelart Armand. La comunicación masiva en el proceso de liberación. 11a. - ed., México, Ed. Siglo XXI, 1986, 263 pp.
- 41) ---- Agresión desde el espacio cultural y napalm, en la era de los sateli--tes, México, Siglo XXI, 1986, 200 pp.
- 42) ---- Los medios de comunicación de masas. Caracas, El Cid Editor, 1977. -- 157 pp.
- 43) ---- Los medios de comunicación en tiempos de crisis. 4a. ed. México, Si--glo XXI, 1986, 259 pp.
- 44) ---- "El control de los medios" en El estado y la televisión. México, Re--vista Nueva Política, núm 3, 1976, p. 55 - 62.

- 45) Matterlarit, Michele. "Elementos de un dossier sobre el tema video, cultura nacional y subdesarrollo" en Video, cultura nacional y subdesarrollo. - Ponencia presentada en el VI Festival Internacional del Nuevo Cine Latinoamericano, Habana, Cuba. 1984.
- 46) Max, Hermann. Investigación económica, su metodología y su técnica. México, Fondo de cultura económica, 1982, 215 pp.
- 47) Menendez, A. Comunicación social y desarrollo. México, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM, 1977.
- 48) Miliban, Ralph. El estado en la sociedad capitalista. México, Ed. Siglo XXI, 1976, 350 pp.
- 49) Musachio, Humberto. "Estado, medios y crisis" en México presente y futuro. México, Ediciones de Cultura Popular, 1985, pp 153 - 176.
- 50) Oroz, Jorge y Jaime Peña. "Notas sobre cultura y psicología social en Gramsci. Hacia un compromiso político" en Teoría e investigación en psicología social. Cuadernos universitarios, México, Universidad Autónoma Metropolitana, núm. 4, p. 13 - 32.
- 51) Pacheco Quintana, Alicia. "La televisión y la educación preescolar" en Foro de Consulta Popular de Comunicación Social. México, Comunicación Social, núm. 2, 1983, p. 190 - 193.
- 52) Paoli, J. A. Comunicación. México, Ed. Edicol, 1979. 120 pp.
- 53) Portantiero, Juan Carlos. Los usos de gramsci. México, Folios Ediciones, - S. A. 1981. 77 pp.
- 54) Paulantzas, Nicos. Las clases sociales en el capitalismo actual. 7a. ed., - México, Siglo XXI, 1983, 312 pp.
- 55) Poulantzas Nicos. Poder político y clases sociales en el estado capitalista, 23a ed. México, Siglo XXI, 1986. 471 pp. c
- 56) Prieto Castillo, Daniel. Retórica y manipulación masiva. 2a. ed. México, - Premia editora de libros, S. A., 1985, 131 pp.
- 57) ---- Discursos autoritarios y comunicación alternativa. 3a. ed. México, - Premia editora de libros, S. A., 1987, 181 pp.
- 58) Prieto Echazo Francisco. "Comunicación y educación" en La escuela y los medios de comunicación masiva. México, ed. Caballito, 1986, p. 57 - 62.
- 59) Ramiro Beltran, Luis y Elizabeth Fox de Cardona. Comunicación dominada. -- México, Ed. Nueva Imagen, 1980.

- 60) Rivero, María Luisa. La televisión y el niño de tres a seis años de edad. - México, 1976, mimeo.
- 61) Sánchez Vazquez A. Ética. 35a. ed., México, Ed. Grijalbo, 1984. 245 pp.
- 62) Saldívar, Américo. Ideología y política del estado mexicano. 2a. ed., México, Siglo XXI Editores. 1981. 231 pp.
- 63) Sauvage, Nicole. La televisión: Los niños-la familia. España, Ed. Mensajero, 1982. 97 pp.
- 64) Schiller, Herbert. "Los medios de comunicación masiva en la era del poder - de las corporaciones transnacionales". en II Foro Internacional de Comunicación México, Sociedad Cooperativa Publicaciones Mexicanas, S.C.L., 1988, -- p. 259 - 266
- 65) ---- Comunicación de masas e imperalismo yanqui. Barcelona. Ed. Gustavo -- Gili, S. A., 1976, 186 p.
- 66) ---- "Corrientes de información electrónica y el creciente ataque a la soberanía nacional" en Video, cultura nacional y subdesarrollo. Ponencia presentada en el VI Festival Internacional del Nuevo Cine Latinoamericano. -- Habana, Cuba. 1984.
- 67) Silva, Ludovico. Teoría y práctica de la ideología 9a. ed. México. Ed. Nuestro tiempo, S. A. 1980, 222 pp.
- 68) ---- "Medios de comunicación, ideología y estrategia imperialista". en Cua derno del centro de estudios de la comunicación No. 5. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Nacional Autónoma de México, 1979 -- p. 18 - 42
- 69) Suárez Flores, Ethelvina. "Programación transmitida desde el extranjero" en Foro de Consulta Popular de Comunicación Social. México, Comunicación Social, núm 4, 1983, p. 156 - 159
- 70) Texier, Jacques. Gramsci teórico de las superestructuras. México, Ediciones de Cultura Popular, S.A., 1977, 65 pp.
- 71) Trejo Delarbre, Raúl. (Coordinador) Televisa el quinto poder. México, Claves Latinoamericanas, 1985, 237 pp.
- 72) Vazquez, Miguel, et, al. Los teleniños. Madrid, Ed. Laica, S.A., 1981, 182-pp.
- 73) Vega Pérez, Guillermo. "La reglamentación jurídica de la televisión en Foro de Consulta Popular de Comunicación Social. México, núm. 8, 1983 p. 149-153.

- 74) Vellegia, Susana. "La televisión destinada al consumo infantil" en Foro de Consulta Popular de Comunicación Social. México, núm. 4, 1983. p. 210 - 215.
- 75) Vilorio Varela, Gerardo. "La televisión y su marco jurídico" en Foro de Consulta Popular de Comunicación Social. México. núm. 8, 1983, p. 147 - 148.
- 76) Villagrán, Carlos. Los problemas de la ideología y la ciencia de la comunicación. Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales, Nueva época, -- No. 86, p 64 - 72
- 77) Winn, Marie. La droga que se enchufa. México, Ed. Diana, 1981, 320 pp.
- 78) Wright Mills C. Poder, política, pueblo. México, Foro de cultura económica, 1975 479 pp.

HEMEROGRAFIA GENERAL

- 1) Acevedo Pesqueira, Luis/I. "En el sistema político han fallado hombres, no instituciones". Uno Más Uno. (México, D. F.), 6 de noviembre de 1986, pp. 1, 8
- 2) ---- II "Propone mayor apertura en todos los órdenes". Uno Más Uno. -- (México, D. F.), 7 de noviembre de 1986, pp 1, 6
- 3) ---- III "Fortaleza, estos dos años, para evitar el péndulo" Uno Más -- Uno (México, D. F.), 8 de noviembre de 1986, pp 1, 6
- 4) ---- IV "Azcárraga y Zabludovsky: misión al extranjero" Uno Más Uno -- (México, D. F.), 9 de noviembre de 1986, p.p. 1, 7
- 5) ---- V "En mis circunstancias, ser alguien fue más difícil". Uno Más -- Uno (México, D. F.), 10 de noviembre de 1986, pp 1, 16
- 6) ---- VI "... de chiquito me decían Miguelito" Uno Más Uno (México, D. F.) 11 de noviembre de 1986, pp 1. 6
- 7) ---- VII y último "Hay vacíos que deben ser llenados" Uno Más Uno (México, D. F.), 12 de noviembre de 1986, pp 1, 6
- 8) Bellinghausen, Hermann. "La televisión que nos vive". El Cotidiano. -- (Edo. de México, México), julio-agosto de 1987, núm. 18, pp 211-212.
- 9) Comunicado. "Coordinará un comité ejecutivo a Televisa y Univisa". Uno-Más Uno (México, D. F.), 26 de mayo de 1987, p. 4
- 10) Comunicado. "Coordinarán su programación a partir de hoy, los canales - de T.V. 2, 4, 5 y 8" Excelsior (México, D. F.), 8 de enero de 1973, pp. 1, 11A.
- 11) Fernández Christlieb, Fátima. "La nueva tarea de Azcárraga: consolidar su empresa de satélites en Estados Unidos". Proceso (México, D. F.), 18 de agosto de 1986, núm 511, pp. 22 - 25
- 12) García Calderón, Carola. "Chatarras con textos casi invisibles". Uno -- Más Uno (México, D. F.), 21 de mayo de 1987, p. 25
- 13) Granados Chapa, Miguel. "Alemán, al fin presidente". La Jornada (México, D. F.), 13 de agosto de 1986, pp 1, 2
- 14) Gutiérrez, José Luis, et al. "Una mirada a Televisa". El Cotidiano (Edo de México, México), julio a agosto de 1987, núm. 18, pp 213 - 217

- 15) Hiriart, Pablo. "Hoy renuncia Emilio Azcárraga a Televisa". La Jornada. - (México, D. F.), 11 de agosto de 1986, pp. 1, 8
- 16) Jusidman Clara. "Los niños ven a la violencia como algo cotidiano por -- los programas de la T.V." Uno Más Uno. (México, D. F.), 26 de mayo de -- 1987, p. 5
- 17) Marín, Carlos. "Alemán reconoce que en información Televisa se autocensu ra". Proceso (México, D. F.), 15 de septiembre de 1986, núm. 515, pp. -- 6 - 8
- 18) Marín, Carlos. "En Televisa, la mano suave de Alemán; su ideario: esta - empresa es priísta". Proceso. (México, D. F.), 18 de agosto de 1986, núm. 511, pp 22 - 23
- 19) Rebel, María Antonieta. "T.V. infantil: el lado oscuro del entreteni- miento". (México, D. F.), 31 de agosto de 1986, p. 28
- 20) Romero, Rogelio. "En Familia". Uno Más Uno. (México, D. F.), 18 de agos- to de 1987, p. 28.
- 21) Salas, Consolación. "La T.V. ejerce más influencia mental en los niños, - que sus progenitores". Jueves de Excélsior. (México, D. F.), 4 de diciem- bre de 1986, pp. 18 - 19
- 22) Sesín, Saide (enviada). "Francisco Ovando, del sistema michoacano de Ra- dio y Televisión". Uno Más Uno, (México. D. F.), 29 de agosto de 1986, - p. 23
- 23) ----. "El 98 por ciento de los niños mexicanos asiduos clientes de la te- levisión privada". Uno Más Uno. (México, D. F.), 30 de agosto de 1986, - p. 23
- 24) ----. "Ver televisión, gravemente perjudicial para la salud de los meno- res de 7 año". Uno Más Uno, (México, D. F.) 31 de agosto de 1986 p. 24
- 25) Trejo Delarbre, Raúl, "Televisa: del dicho al hecho..." La Jornada. (Méxi- co, D. F.), 18 de agosto de 1987, pp. 5
- 26) ----. "Los medios en México". El Cotidiano. (Edo. de México, México), - julio - agosto de 1987, núm 18, pp. 205 - 212
- 27) Toussaint, Florence . "Televisa exporta". Proceso. (México, D. F.), 1 de diciembre de 1986, núm. 520, p. 57
- 28) Zarate, Ignacio. "Un estudio sobre T. V. y niños". Uno Más Uno (México, - D. F.), 30 de agosto de 1986, p. 27.

ANEXO 1

ANEXO 2

SERIE " He-Man y los amos del universo "	
PROGRAMA " He-Man y los amos del universo "	
TEMA No tan ciego.	
TIPO DE PROGRAMA Entretenimiento	
HORARIO 18:30 a 19:00 horas.	
PROGRAMADO DE: 18:30 A: 19:00	REAL DE: 18:30 A: 18:58
DURACION 13 minutos	
DIRECTOR Gwen Wetzler	
COORDINADOR Arthur H. Nadel	
PRODUCTOR Joe Mazzuca	
REALIZADOR Bob Arkwright	
CONDUCTOR	
LOCUTOR	
PROGRAMA SIGUIENTE Alta Frecuencia.	

ESTA
LENS
NO
DEBE
SALIR
DE
LA
MELIOTICA

NOMBRE DEL PROGRAMA: " He-Man y los amos del universo "

FECHA: 22 de septiembre de 1986.

VIDEO

ASPECTOS TECNICOS - PRODUCCION VIDEO	ENCUADRES	MOVIMIENTOS DE CAMARA	CONTINUIDAD DE LAS TOMAS	CORRESPONDENCIA AUDIO/VIDEO	ILUMINACION	ESCENOGRAFIA
	Big close up, close up, medium close up, very - long shot, mid - shot, medium long y long shot.	Crab left, crab - right. tilt up, - tilt down. pan -- left y pan right.	Adecuada. Sólo son interrumpidas cuando el argumento -- exige cambio de -- escenario.	Exacta. Como se trata de un do--blaje, podría de cirse que este - trabajo está bien hecho.	Hard light	Escenarios este reotipados por la ciencia ficción.
AUDIO						

ASPECTOS TECNICOS - PRODUCCION AUDIO	VOZ	LOC / COND/ACTORES	MUSICALIZACION	EFFECTOS ESPECIALES	ASPECTOS TECNICOS - AUDIO
	Buena elección de voces para el doblaje.	No hay locutor ni conductor. Los - personajes son dibujos animados hechos por computadora. Están bien caracterizados.	Adecuada	Excelentes.	

MONITOR:

EDICION	CARACTERES GRAFICOS	EFECTOS ESPECIALES	CONTRASTE, NITIDEZ Y COLOR DE LA IMAGEN	ASPECTOS TECNICOS-VIDEO
Adecuada. Los cambios de escenario y situación son suaves y lógicos.	Al principio aparecen el nombre del capítulo. Al final, con caracteres casi ilegibles por sus escasos tamaño y permanencia en pantalla, se enlistan los créditos técnicos y de producción.	Buenos, según los estereotipos de la ciencia ficción.	Buenos, si tenemos en cuenta que se trata de coloración e iluminación artificiales, creadas en el laboratorio.	

NOMBRE DEL PROGRAMA: " He-Man y los amos del universo "

FECHA: 22 de septiembre de 1986.

CORRESPONDENCIA
AUDIO-VIDEO

CONTINUIDAD DEL DISCURSO

ESCENOGRAFIA

TECNICAS DE
REALIZACION :

Adecuada

- Vengan, vean las mejores telas de Eternia. Pañuelos de seda, bufandas, todos los colores del arcoíris. ¡ Oh, noble príncipe, me honras con tu presencia ! ¿ En qué puedo servirte ?
- Estoy buscando un regalo para mi madre.
- ¿ Hoy es el cumpleaños de la reina ?
- No, no es una ocasión especial. Sólo quiero regalarte algo porque la amo mucho.
- ¡ Oh, qué considerado ! ¿ No es bellísima esta bufanda ? Está bordada a mano con las sedas más finas del mundo.
- Sí, sí es muy linda pero....
- 0
- Tranquílicense todos y terminaré la historia. He-man quedó rodando de monstruos roca...
- ¡ oh !.
- Por fortuna los monstruos sólo eran grandes rocas, así que He-man no sintió temor de hacerles daño.
- ¿ Y los aplasto ?
- Bueno, sí, sí hizo eso. De hecho He-man apretó su tremendo puño y ¡ broom ! el monstruo roca quedó convertido en guijarros.
- ¡ Oh !
- Y luego, después de deshacerse del último monstruo, He-man puso a sus amigos a salvo. ¡ Alte-

Un mercado. Adam, el príncipe de Eternia se detiene a comprar algo

El narrador de historia y un grupo de niños lo escuchan.

Se acerca el príncipe Adam.

Dibujos Animados.

NOMBRE DEL PROGRAMA: " He-Man y los amos del universo "

FECHA: 22 de septiembre de 1986.

CORRESPONDENCIA AUDIO-VIDEO	CONTINUIDAD DEL DISCURSO	ESCENOGRAFIA	TECNICAS DE REALIZACION :
Adecuada.	<p>za, qué alegría verlo otra vez !</p> <ul style="list-style-type: none">- ¡ Oh !- Por favor no se levante, estaba disfrutando de su historia. ¿ Como estás, viejo amigo ?- ¡ Ah, niños ! ¿ Querían saber de dónde saco mis historias ? Conozcan al mejor amigo de He-man, el príncipe Adam.- Señor príncipe, ¿ usted vive en un palacio ?- Sí, vivo en un palacio.- ¿ He-man también vive ahí ?- Bueno, a veces. En realidad él aparece sólo - cuando lo necesitan.- Yo quiero saber algo. ¿ Por qué simplemente He-man no va a David Mountain y aplasta a Squele-tor ?- ¡ Bueno, niños ! ¿ Que manera de hablar es esa ?- He-man nunca busca dañar a un ser vivo, bueno o malo.- Pues yo no entiendo. Cuando hago algo malo me castigan. ¿ Por qué a Squeletor no ?- Si por qué siempre se sale con la suya.- El sí será castigado por sus fechorías. Squele-tor no es un criminal común. Cuando alguien comete un crimen se le juzga, y si resulta culpable, recibe un castigo.	<p>Todos los niños rodean al anciano y al príncipe Adam.</p> <p>Los niños hacen preguntas.</p>	

NOMBRE DEL PROGRAMA: " He-Man y los años del universo

FECHA: 22 de septiembre de 1986.

CORRESPONDENCIA AUDIO-VIDEO	CONTINUIDAD DEL DISCURSO	ESCENOGRAFIA	TECNICAS DE REALIZACION :
Adecuada.	<ul style="list-style-type: none">- Squeletor no ha sido castigado. ¡ Se los dije ! Si uno es bastante poderoso puede hacer lo que quiera.- No, no es cierto. Simplemente el castigo está retrasado, porque mientras más mal cause Squeletor, peor será su castigo. Cada día estamos más cerca de sacar a Squeletor de circulación.- Sigo creyendo que He-man debería aplastarlo.- Bueno, creo que ya es suficiente, muchachito.- Niños, hora de estudiar.- Mañana les contaré más historias. Vayan a la escuela.- Vamos, hermana, a ver quién llega primero. ¡ Yo tengo el poder !- Adios, señor príncipe. Tengo que ir a estudiar.- Adios, preciosa.- Perdóneme, Alteza ¿ realmente conoce a He-man ?- Sí y tal vez mejor que cualquiera.- Yo siempre he soñado con conocerlo.- El es Louse, y es ciego de nacimiento.- Bueno, Louse, ¿ quieres acompañar a He-man en una aventura ?- ¡ Claro ! ¡ Cielos, antes tengo que pedirles permiso a mis padres !- ¡ Seguro ! ¿ Dónde vives ?	<p>Los niños empiezan a dispersarse.</p> <p>Sólo se quedan el príncipe, el narrador de historia y Louse.</p>	

NOMBRE DEL PROGRAMA: " He-Man y los amos del universo "

FECHA: 22 de septiembre de 1986.

CORRESPONDENCIA AUDIO-VIDEO	CONTINUIDAD DEL DISCURSO	ESCENOGRAFIA	TECNICAS DE REALIZACION :
Adecuada.	<p>- Yo puedo llevarlo.</p> <p>- Pero creí que...</p> <p>- Estoy ciego pero no significa que sea inválido.</p> <p>- Ah, entiendo. Muy bien, Louse, guíame a tu casa.</p> <p style="text-align: center;">----- 0 -----</p> <p>- Louse, él es Ra-man</p> <p>- ¿ Ra-man ? El narrador de historias nos ha hablado mucho de ti.</p> <p>- ¡ Oh, sí ! Soy un tipo bastante famoso.</p> <p>- Por favor, disculpen, pero hay algo que debo hacer.</p> <p>- ¿ Puedo tocar tu cara ?</p> <p>- ¡ Sí, seguro ! Pero dime, ¿ por qué quieres hacerlo ?</p> <p>- Es mi manera de ver.</p> <p>- ¡ Ah ! Espero que te guste lo que ves.</p> <p>- ¡ Por el poder de Greiscol !</p> <p>- ¿ Donde está tu cuello, Ra-man ?</p> <p>- ¡ Oh no sé ! Debe estar en algún lado, bajo mi armadura.</p> <p>- ¿ Y cómo mueves la cabeza ?</p> <p>- Pues, eh... Bueno yo... No sé, me las arreglo, me las, me las arreglo como puedo y no sé...</p> <p>- ¿ Qué estará demorando al príncipe Adam ?</p> <p>- No podrá venir, ¿ me aceptas a mí ? Hola, Ra-man</p>	<p>Ante una fortaleza, He-man, Ra-man y el príncipe Adam.</p> <p>El príncipe Adam saca su espada y se convierte en He-man.</p> <p>Llega He-man.</p>	

NOMBRE DEL PROGRAMA: " He-Man y los amos del universo "

FECHA: 22 de septiembre de 1986..

CORRESPONDENCIA AUDIO - VIDEO	CONTINUIDAD DEL DISCURSO	ESCENOGRAFIA	TECNICAS DE REALIZACION :
	<p>Pero ¿ a quién tenemos aquí !</p> <p>- ¡ He-man, de verdad ! ¿ No estarías fingiendo por que soy ciego ?</p> <p>- ¡ Oh, él es el verdadero He-Man, Louse, sin engaños !</p> <p>- Ven, compruébalo a tu gusto.</p> <p>- ¡ Cielos, el narrador tenía razón, debes ser el hombre más fuerte de todo el universo !</p> <p>- ¡ Sí, seguramente lo es !</p> <p>- Bien, compañeros, ya basta de hablar. Me dijeron que alguien quería tener una aventura. ¿han oído hablar del cristal cantor ?</p> <p>- ¡ Oh, siempre creí que sólo era una leyenda !</p> <p>- No, los cristales son reales, y sé dónde están. Louse ¿ te gustaría ser el primer niño de Eternia que toque los cristales cantores ?</p> <p>- ¡ Claro, por supuesto que me gustaría !</p> <p>- ¡ Ja, ja, ja ! De acuerdo, que se ponga en marcha la expedición.</p> <p>- Los cristales están ante nosotros, sólo tienen que tocarlos un poco para que empiecen a cantar.</p> <p>- ¡ Es maravilloso, He-man ! ¿ No escuchan una especie de chasquido ?</p> <p>- Yo no oigo nada.</p> <p>- Tal vez sea sólo un eco.</p>	<p>Lugar de los cristales.</p>	

NOMBRE DEL PROGRAMA: " He-Man y los amos del universo "

FECHA: 22 de septiembre de 1986.

CORRESPONDENCIA
AUDIO-VIDEO

CONTINUIDAD DEL DISCURSO

ESCENOGRAFIA

TECNICAS DE
REALIZACION :

- ¡ Ah, ahí está otra vez !
- Louse, ¿ te encuentras bien ?
- ¡ SÍ, cielos ! ¿ Qué ocurrió ?
- Hey, ¿ Quién apagó la luz ? El resplandor me ha cegado. No puedo ver, no puedo ver nada, estoy-ciego.
- ¡ Oh, no ! He-man, tú estás bien, ¿ no es así ? He-man, ¿ qué sucede ? ¡-Dime !
- Louse, también estoy ciego.
- Estoy asustado.
- Bien. Tranquilízate, Ra-man.
- ¡ Oh, cuánto lo siento ! ¡ Cuánto me apena que esto haya pasado !
- Recuerdan los demás sentidos, pero no están tan desarrollados como los tuyos.
- Yo los ayudaré.
- Sí hallamos la ruta hacia Trac-trac, él puede regresararnos a palacio.
- Yo sé cómo regresar.
- ¿ Ah, sí ?
- Claro que sí. Noté muchas cosas que nos pueden guiar.
- Entoces vamos. Louse tú irás a la cabeza.
- Pueden confiar en mí.
- Adelante Louse, tal vez Barataran tenga algo -

En marcha. He-Man,
Louse y Ra-man.

NOMBRE DEL PROGRAMA: " He-Man y los amos del universo "

FECHA: 22 de septiembre de 1986.

CORRESPONDENCIA AUDIO-VIDEO	CONTINUIDAD DEL DISCURSO	ESCENOGRAFIA	TECNICAS DE REALIZACION :
	<p>en el palacio que nos cura.</p> <ul style="list-style-type: none">- El puente ya debe estar a pocos pasos.- Ten cuidado, Louse. También el borde de la barranca está ahí.- Aquí está el puente.- Estupendo, pero fijate dónde pisas.- Hay algo que no está bien.- He-man, algo le está fallando al puente.- Es cierto Louse. Caminen.- Caminen más rápido.- ¡ Hey, no te caigas, viejo puente !- ¡ Ay ! ¡ Ah !- Louse, ¿ estás bien ?- ¡ Sí, pero tengo miedo !- Yo... estoy al revés.- Louse, sostente ahí, debo ayudar a Ra-man. Dame la mano.- Sí, He-man lo intento.- ¿ Puedes tocar la cuerda ?- Sí, aquí la tengo.- Ahora ve subiendo la mano. Otro poco. Eso es.- Gracias.- Louse, ¿ estás bien ?- Sí.- Correcto.	<p>Puente caído colgando</p>	

NOMBRE DEL PROGRAMA. " He-Man y los años del universo "

FECHA: 22 de septiembre de 1986.

CORRESPONDENCIA
AUDIO-VIDEO

CONTINUIDAD DEL DISCURSO

ESCENOGRAFIA

TECNICAS DE
REALIZACION :

- ¿ Podrías usar el puente como escalera !
- Lo intentaré.
- Louse, Louse...
- ¡ Ah ! ; Ah ! ; Ah !
- Estoy bien, He-man, pero creo que no puedo subir, las tablas están sueltas.
- Tiene que haber otro modo.
- Un momento, recuerdo que había un árbol junto al puente.
- Es cierto, también yo, un árbol con una gran rama. Ra-man cuélgate de un solo lado del puente.
- De una sola cuerda.
- Listo, estoy de este lado, aquí.
- Perfecto ahora los dos sostengase bien.
- ¿ Que haces allá arriba ?
- Ya casi término, si logro lanzar esto sobre la rama de este árbol, tal vez podemos subir hasta él. ¡ Aquí voy !
- ¡ Ay !
- Lo siento, amigo.
- Descuida, sólo me pegó en la cabeza.
- ¡ Hey, He-man ! ¿ Qué estás haciendo ahí ?
- Ra-man, ¿ ya estás arriba ?
- ¡ Aún no, espera !
- Eso es.

Salvado He-man.

NOMBRE DEL PROGRAMA: " HE-Man y los amos del universo "

FECHA: 22 de septiembre de 1986.

CORRESPONDENCIA
AUDIO-VIDEO

CONTINUIDAD DEL DISCURSO

ESCENOGRAFIA

TECNICAS DE
REALIZACION :

- ¿ Están bien ?
- ¡ Sí, muy bien !
- Descansemos un poco antes de seguir.

— 0 —

- Bueno, no parece estar muy mal. Una lesión superficial. Se recuperarán. Sólo aléjate de la luz brillante unos días.
- Gracias, Duncan.

— 0 —

- He-man subió todo el puente, hasta el borde del barranco.
- Sí, claro.
- Entonces guíe a He-man y a Ra-man hasta el Trac-trac.
- ¿ Pero cómo hiciste eso si estás ciego ?
- Sí, tú has inventado todo eso.
- Es cierto, está mintiendo (a coro).
- Sí conocí a He-man, no estoy mintiendo.
- ¡ Eres un mentiroso, no es cierto lo que dices (a coro)
- ¡ Disculpen !
- ¡ Ah, He-man ! (a coro)
- ¿ Cómo estás, amigo ?

En palacio, revisando los ojos de He-man y Ra-man.

Louse, con los niños del grupo con que empezó el programa

Llega He-man.

NOMBRE DEL PROGRAMA: " He-Man y los amos del universo "

FECHA: 22 de septiembre de 1986.

CORRESPONDENCIA
AUDIO - VIDEO

CONTINUIDAD DEL DISCURSO

ESCENOGRAFIA

TECNICAS DE
REALIZACION :

- Bien, ¿ cómo están tus ojos ?
- Mucho mejor ahora.
- Bien, sólo quería agradecerte por rescatarme con Ra-man.
- ¡ Ooooooooooh ! (a coro)
- Y quiero darte esto, amigo.
- ¡ Ooooooh, cielos, qué lindo !

- Gracias, He-man.
- De nada, y... Louse, ¿ puedo llamarte otra vez -
si necesito ayuda ?
- Cuando quieras, He-man, cuando quieras.
- ¡ Cielos ! ¿ Me permites ver el cristal ?
- Yo sabía que él decía la verdad.
- No es cierto.
- ¡ Sí es cierto !
- ¡ No es cierto !
- ¡ Sí es cierto !
- Aguarden un momento, aguarden, todos podrán ver
el cristal. No, mejor, ¡ todos podrán ser mis -
amigos !
- ¡ Ah ! (a coro)

He-man entrega a Louse
un cristal cantor.

- Bien, niños, ¿ qué les enseñó esta - - - He-man, el anciano y -

NOMBRE DEL PROGRAMA: " He-Man y los años del universo "

FECHA: 22 de septiembre de 1986.

CORRESPONDENCIA AUDIO - VIDEO	CONTINUIDAD DEL DISCURSO	ESCENOGRAFIA	TECNICAS DE REALIZACION :
	<p>historia ?</p> <ul style="list-style-type: none">- Que aunque Louse es ciego, es igual al resto de nosotros.- ¡ SÍ ! Y como aprendió a usar otros sentidos, le ayudó a He-man.- Así es, el que una persona sea ciega o con alguna desventaja no significa que sea inválida.- Sí, tienen sentimientos y ellos quieren hacer lo que hacemos nosotros.- ¡ Y quién sabe ! Tal vez aprendan tanto de ellos como ellos de ustedes.	<p>los niños.</p>	

MONITOR:

ELEMENTOS VALORATIVOS DEL DISCURSO:

- ¡Oh, noble príncipe, me honras con tu presencia ¿en que puedo servirte?
- Estoy buscando un regalo para mi madre.
- ¿Hoy es el cumpleaños de la reina?
- No, no es una ocasión especial. Sólo quiero regalarle algo porque la amo mucho.

- ... los monstruos sólo eran grandes rocas, así que He-man no sintió temor de hacerles daño.
- ¿y los aplastó?
- Bueno, sí, sí hizo eso. De hecho He-man apretó su tremendo puño y ¡brooom! el monstruo roca quedó convertido en guijarros.

- He-man nunca busca dañar a un ser vivo, bueno o malo.
- Pues yo no entiendo. Cuando hago algo malo me castigan ¿por qué a Squeletor no?
- Si por qué siempre se sale con la suya.
- El sí será castigado por sus fechorías. Squeletor no es un criminal común.
- Squeletor no ha sido castigado ¡se los dije! si uno es bastante poderoso puede hacer lo que quiera.

- Perdóneme, Alteza ¿realmente conoce a He-man?
- Si y tal vez mejor que cualquiera.
- Yo siempre he soñado con conocerlo.

ELEMENTOS VALORATIVOS DEL DISCURSO:

- El es Louse, y es ciego de nacimiento.
- Bueno, Louse ¿quieres acompañar a He-man en una aventura?

- Bien, compañeros, ya basta de hablar. Me dijeron que alguien quería tener una aventura. ¿Han oído hablar del cristal cantor?
- ¡Oh, siempre creí que sólo era una leyenda!
- No, los cristales son reales, y sé dónde están. Louse ¿te gustaría ser el primer niño de Eternia que toque - los cristales cantores?
- ¡Claro, por supuesto que me gustaría!

- Bien, niños ¿qué les enseñó esta historia?
- Que aunque Louse es ciego, es igual al resto de nosotros.
- ¡Sí! y como aprendió a usar otros sentidos, le ayudó a He-man.
- Así es, el que una persona sea ciega o con alguna desventaja no significa que sea inválido.

FICHA DE IDENTIFICACION

SERIE (Capítulos independientes)

PROGRAMA "Raúl Astor presenta a Gigio"

TEMA Topo Gigio Enamorado

TIPO DE PROGRAMA Entretenimiento.

HORARIO 20:00

PROGRAMADO 20:00
DE: 20:00 A: 20:30

REAL
DE: 20:00 A: 20:29

DURACION 18 minutos.

DIRECTOR Luis Toledo
DIRECCION GENERAL: Raúl Astor.

COORDINADOR Patricia González Arenal

PRODUCTOR Guillermo Diazayas

REALIZADOR Luis Toledo

CONDUCTOR Raúl Astor

LOCUTOR

PROGRAMA SIGUIENTE Estampas de México.

NOMBRE DEL PROGRAMA: "Raúl Astor presenta a Giglio"

FECHA: 23 de septiembre de 1986.

VIDEO

ASPECTOS TECNICOS - PRODUCCION VIDEO	ENCUADRES	MOVIMIENTOS DE CAMARA	CONTINUIDAD DE LAS TOMAS	CORRESPONDENCIA AUDIO/VIDEO	ILUMINACION	ESCENOGRAFIA
	<p>A Topo Giglio: Long short, mid shot, medium shot close up y medium close up.</p> <p>A Raúl Astor: Mid shot y medium close up.</p>	Track in, track-out.	La continuidad es aceptable. El desarrollo tiene continuidad e hilación lógica. No hay cambios bruscos de trama o escena.	La correspondencia es exacta.	Hard light y soft light.	Sala, estudio y recámara de la "casa" de Giglio.
AUDIO						
ASPECTOS TECNICOS - PRODUCCION AUDIO	VOZ	LOC / COND / ACTORES	MUSICALIZACION	EFFECTOS ESPECIALES	ASPECTOS TECNICOS - AUDIO	
	Modulada y con matices adecuados a las exigencias de cada escena, así como del tema tratado en cada diálogo.	Buena actuación del conductor y buena dramatización de las voces de Giglio.	Buena y adecuada a los temas de las escenas. Hay dos canciones: "Dos arbolitos" y "Yesterday" (en inglés) y el tema del programa que se escucha al principio y al final del programa.	Ninguno.		

NOMBRE DEL PROGRAMA: "Raúl Astor presenta a Gigio"

FECHA: 23 de septiembre de 1986.

VIDEO

ASPECTOS TECNICOS - PRODUCCION VIDEO	ENCUADRES	MOVIMIENTOS DE CAMARA	CONTINUIDAD DE LAS TOMAS	CORRESPONDENCIA AUDIO/VIDEO	ILUMINACION	ESCENOGRAFIA
	<p>A Topo Gigio: Long short, mid shot, medium shot close up y medium close up.</p> <p>A Raúl Astor: Mid shot y medium close up.</p>	Track in, track-out.	La continuidad es aceptable. El dig curso tiene continuidad e hilación lógica. No hay cambios bruscos de trama o escena	La correspondencia es exacta.	Hard light y soft light.	Sala, estudio y recámara de la "casa" de Gigio.
	AUDIO					

ASPECTOS TECNICOS - PRODUCCION AUDIO	VOZ	LOC / COND/ACTORES	MUSICALIZACION	EFFECTOS ESPECIALES	ASPECTOS TECNICOS - AUDIO
	Modulada y con matices adecuados a las exigencias de cada escena, así como del tema tratado en cada diálogo.	Buena actuación del conductor y buena dramatización de las voces de Gigio.	Buena y adecuada a los temas de las escenas. Hay dos canciones: "Dos arbolitos" y "Yesterday" (en inglés) y el tema del programa que se escucha al principio y al final del programa.	Ninguno.	

MONITOR:

EDICION	CARACTERES GRAFICOS	EFECTOS ESPECIALES	CONTRASTE, NITIDEZ Y COLOR DE LA IMAGEN	ASPECTOS TECNICOS-VIDEO
Buena	Créditos a todo el equipo de produc- ción.	Durante el sueño de Topo Gigio, en la - parte final del programa.	Adecuados	

NOMBRE DEL PROGRAMA: "Raúl Astor presenta a Gigio"

FECHA: 23 de septiembre de 1986.

CORRESPONDENCIA AUDIO-VIDEO	CONTINUIDAD DEL DISCURSO	ESCENOGRAFIA	TECNICAS DE REALIZACION :
<p>Adecuada</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Me quiere, no me quiere. Me quiere, no me quiere. Me quiere , no me quiere. - Gigio, ¿qué estás haciendo? - Deshojando la última esperanza, Raúl. - La última esperanza, ¿a que te refieres? - A que parece que Rosita ya no me quiere. - Ay, Gigio, no sea injusto. Tú sabes que Rosy, - además de ser tu novia, es tu más fiel admiradora. - Eso creía yo, Raulito, pero ayer vi que salía con otro. - ¿Con otro? - Sí , sí, Raulito. - Si sale con otro, necesitas luchar por ella. pero luchar firme por ella. - Sí, sí que voy a luchar por ella. Voy a ir hasta donde está ese ratón y le voy a dar a ese ratón... una paliza, diez palizas y muchas palizas. - No, no, no, no. Yo no me refería a ese tipo de lucha. - Es que yo lo mato, lo mato, lo mato. Lo voy a matar. Lo voy a matar. - No, no, no, no, no. Deja de matar a nadie, escúchame bien lo que te voy a decir. - Sí Raulito. - Es otro tipo de lucha el que hay que hacer. - Otro tipo de lucha, tú te refieres a otro... ¡perdón! Es que me estaba imaginando que ... y entonces ¿ a qué tipo de lucha te refieres? - Escúchame con mucha atención. Para una mujer, - o para una ratoncita, como es en este caso, hay que luchar, pero hay que luchar con romanticismo. Eso es lo que a ellas les gusta, el romanticismo. - No entiendo, Raulito, no entiendo. - Es que a las mujeres, hay que ganarlas, y espe- 	<p>Sala. Topo Gigio y - Raúl Astor platicando.</p>	<p>Dramatización.</p>

NOMBRE DEL PROGRAMA: "Raúl Astor presenta a Gigio"

FECHA: 23 de septiembre de 1986.

CORRESPONDENCIA AUDIO - VIDEO	CONTINUIDAD DEL DISCURSO	ESCENOGRAFIA	TECNICAS DE REALIZACION
	<p>cialmente a las ratoncitas, hay que ganarlas con mucho amor.</p> <ul style="list-style-type: none">- Pero si yo la quiero mucho, Raulito.- No es sólo eso. Mira, si tú por ejemplo le escribieras a Rosy una poesía, o fueras y le cantaras una canción muy romántica, ¿cómo ves esa idea?- ¡Pero qué me cuentas, eh, qué me cuentas, eh! Eso puede solucionar mi problema, ¿verdad?- Claro que lo puede solucionar, ¡y sabes qué vamos a -- hacer ahora! Mientras yo te explico cuál es la idea, -- vamos a ir a donde ya sabes. Vamos a ver unos comerciales.- Sí Raulito. <p style="text-align: center;">- 0 -</p> <ul style="list-style-type: none">- Llevo todo el día escribiendo y apenas llevo sólo unas líneas.- ¿Sabes qué, Gigio? Las cosas que cuestan mucho trabajo se aprecian mucho más. Y Rosy te quiere, así que va a apreciar mucho más tanto trabajo.- ¡Pero qué me cuentas! ¿Sabes? No sólo eso, sino que me conformo con un besito aquí, aquí en mi naricita. Por fin, voy a mirar este trabajo. He terminado. Acabo determinar.- Muy bien, ¿podríamos escuchar esa obra maestra?- A ver qué te parece, Raulito.- Bien yo te escucho.- "Querida Rosita. Tus lindos ojos mexicanos me estremecen cada vez que me miran..."- Muy bien, Gigio, muy bien. sigue.- "Desde que llegué a México sólo he pensado en compar-- tir mi quesito contigo..."- Muy bien, Gigio, muy bien. Adelante. Sigue.- "Si tú me dejas, Rosy, este pobre ratoncito de la tele-- visión ya no tendrá a quién amar y morirá sin ser ama-- do..."- Gigio, Gigio, me toca aquí (en el corazón) Gigio. Ya, ya, vamos. Tampoco es para tanto, vamos. Vamos. Ven ga para acá.- Bueno.- ¡Qué sentimiento has puesto en esa carta, Gigio!	<p>Astor y Topo Gigio. En el escritorio de este último escri-- biendo una carta.</p>	

CORRESPONDENCIA AUDIO - VIDEO	CONTINUIDAD DEL DISCURSO	ESCENOGRAFIA	TECNICAS DE REALIZACION
	<p>- ¿Tú crees?</p> <p>- Estoy seguro de que después que Rosy lea esa carta... no te va a dejar nunca.</p> <p>- Es que ... ¿Tú crees, Raulito? ¿Tú crees?</p> <p>- Estoy seguro, Gigio. Está llena, llena de verdad, de sentimiento. Por favor repítome la parte final.</p> <p>- ¿Otra vez, otra vez?</p> <p>- Sí, otra vez</p> <p>- Si tu me dejas, este pobre ratoncito de la televisión-ya no tendrá a quién amar, y morirá sin ser amado.</p> <p>- ¡Ah! Gigio, me has puesto al borde de las lágrimas. -- ¿Sabes qué? Para poder llorar a gusto los dos, vamos a poner un corte comercial.</p> <p>- Está bien, está bien.</p> <p style="text-align: center;">- 0 -</p> <p>- Bueno, Gigio, ¡qué bárbaro, estás guapísimo! Y además- llevas tu cartita. Muy importante.</p> <p>- Sí, sí, Raulito. ¿Sabes qué? Estoy muy nervioso, Raulito, y no sé cómo voy a llegar, no sé, no sé.</p> <p>- Vamos, tú ve tranquilo. Con esa elegancia no hay quién se te resista. ¡Por Dios! Todo va a salir muy bien, -- Gigio.</p> <p>- ¿Y por qué no me dices cómo lo harías tú, para darme - cuenta ¿eh?.</p> <p>- No Gigio, yo no sabría decirte eso, son otras maneras.</p> <p>- Vamos, vamos, ¡con tantas chicas guapas que tú conoces pues debes tener mucha experiencia!</p> <p>- Bueno, alguna experiencia tengo, poca, Gigio, pero tengo alguna.</p> <p>- ¡Dime, dime!</p> <p>- Está bien, Gigio, está bien. Mira, yo le diría por - - ejemplo, tu llegas y le dices: "Amor mío, mi corazón la te por tí, y he escrito esta carta como prueba de amor para tí.</p> <p>- Mamma mía, Raulito, ¡qué inspiración!</p> <p>- ¿Ah, verdad?</p> <p>- Si te hubiera oído Rosy, menos mal, menos mal que no - te oyó Rosita.</p>	<p>Topo Gigio y Raúl Astor llorando.</p> <p>Gigio (vestido con capa) y Astor en - la sala.</p>	<p>6</p>

CORRESPONDENCIA AUDIO - VIDEO	CONTINUIDAD DEL DISCURSO	FSCENOGRAFIA	TECNICAS DE REALIZACION
	<ul style="list-style-type: none"> - ¿Por qué, Gigio? - Porque me hubiera dejade a mí y se hubiera ido contigo - Muchas gracias, Gigio. Ahora ve con Rosy y no olvides: tñenes que comprar las flores, comprar la caja de bombones, y cantar la canción. - Sí, sí, sí. No se me olvida, Raulito, y gracias, ¿eh?- gracias. - Suerte, Gigio. - Va por tí, va por tí. Dame un besito, así tengo suerte. - ¡Suerte, Gigio! - Va por tí, mi doctor Corazón. - ¡Y no te olvides de la canción Gigio! <p style="text-align: center;">- 0 -</p> <p style="text-align: center;">- 0 -</p> <ul style="list-style-type: none"> - Raulito, qué gusto me da verte. - A ver, deja de jugar y dime cómo te fue. - De maravilla. - ¿Cómo te fue con Rosy? ¡A ver, cuéntame, cuéntame! - De maravilla, de maravilla, de maravilla. - ¡Ah, sí ? ¡No me digas! ¡A ver, cuéntame, cuéntame! - Llegué como tú me dijiste, y cuando leyó la carta - Rosy, ella me llenó de... me llenó de... de besitos. - ¡Andale! - ¡Mamá mfa! - ¡Muy bien, Gigio! ¡Qué maravilla! sigue sin fallar la técnica RAR. - ¿Y qué significa eso, Raulito, qué significa? - Raúl Astor Romántico. - ¡Ja, ja, ja! - Oye, esto es muy importante. ¿Le dijiste que ya nunca más saliera con el otro? - Ya no hizo falta, Raulito. - ¿No? - Ya no hizo falta. Era un primo que se regresó a Guadajajara hace una hora. 	<p style="text-align: center;">Bajo un par de árboles de utilería, Gigio canta "Dos arbolitos"</p> <p style="text-align: center;">Conductor y Topo - Gigio en la recámara de este último. Gigio en pijama.</p>	

CORRESPONDENCIA AUDIO -- VIDEO	CONTINUIDAD DEL DISCURSO	ESCENOGRAFIA	TECNICAS DE REALIZACION
	<ul style="list-style-type: none"> - Mira tú, ¡qué alivio, Gigio! ¡Oyeme! ¿Qué pasó con las flores, qué pasó con los bombones, cuéntame cómo lo recibiste, qué qué...! ¿qué hizo? - Le gustaron mucho, le gustaron mucho, sí. - ¿Y los bombones también le gustaron mucho? ¿Se los comió delante tuya, y los probó...? - Sí, sí, sí, le gustó mucho. También le gustó mucho en verdad. - Un momento, un momento. ¿Qué hacen aquí las flores y la caja de bombones? ¿Qué hacen debajo de tu cama? -- ¡Gigio, Gigio! - Mmmmh, mmmh... - ¿Qué paso? - Nada, nada, nada. - ¿Cómo nada? - Sabes no encontré a nadie, ¿sabes? Ya había salido con el otro. - No lo puedo creer. ¡Le llevaste flores. le llevaste -- bombones, le cantaste una canción y todo para nada! - Pero, ¿sabes? encontré esta tarjeta, sí, esta tarjeta. Por favor... - Haber damela. - Léela por favor. - "Querido Gigio: Tu cartita me ha conmovido, pero Pascualino me ha invitado a cenar con él al Santangel, - después de haberme obsequiado con una piel de visón. Contigo nos veremos otra vez. Un beso. Rosy. - Increíble. - ¿Sabes, Raulito! - Dime, dime. - Me parece que la técnica RAR esta vez ha fallado. Quizá funcione mejor el RIR. - RIR ¿Qué quiere decir? - Ricos Importantes Regalos. - Ja, ja, ja. Tienes razón, Gigio. Yo nunca voy a aprender en la vida. Pero creo que ya es hora de no pensar más en eso, Gigio. Olvidario y decir tus oraciones, antes de irse a... - ¡A la camita, a la camita, a la camita! ¡Lo dije yo -- primero, lo dije yo primero, lo dije yo primero! 	<p data-bbox="982 359 1156 441">Debajo de la cama de Gigio en el -- suelo las flores y los bombones.</p>	

NOMBRE DEL PROGRAMA:

"Raúl Astor presenta a Gigio"

FECHA:

23 de septiembre de 1986.

CORRESPONDENCIA AUDIO - VIDEO	CONTINUIDAD DEL DISCURSO	ESCENOGRAFIA	TECNICAS DE REALIZACION
	<ul style="list-style-type: none"> - Ahora di tus gracias para que Dios te ayude con Rosy. - Sí, sí, que Diosita y San Pedro cuiden con los angelitos y cuiden a todos los patoncitos enmerados, a Rosita y a Raulito. ¡Pobrecito, que falló con su RAR! - Bueno, Gigio, ahora a dormir y si es posible, soñar con Rosy, pero ¡a dormir! Buenas noches. - ¿No me das el besito de las buenas noches? - Fíjate que sí. - Ven para acá. Te lo doy para reemplazar los besitos que no te dio Rosy. Este es un beso de amigos, pero un beso con mucho amor. Buenas noches, Gigio. - ¡Aaaaaaaaaaaaaah! buenas noches. - Buenas noches. 	<p>Topo Gigio durmiendo en su cama y soñando con Rosy -- quien aparece en escena cantando -- "Yesterday" en inglés.</p>	

MONITOR:

ELEMENTOS VALORATIVOS DEL DISCURSO:

- Eso creía yo, Raulito, pero ayer ví que salía con otro.
- ¿Con otro?
- Sí, sí, Raulito.
- Si sale con otro, necesitas luchar por ella.
- Sí, sí que voy a luchar por ella. Voy a ir hasta donde está ese ratón y le voy a dar a ese ratón... una paliza, diez palizas y muchas palizas.
- No, no, no, no. Yo no me refería a ese tipo de luchas.
- Es que yo lo mato, lo mato, lo mato. Lo voy a matar, lo voy a matar.

- Pero si yo la quiero mucho, Raulito.
- No es sólo eso. Mira, si tú por ejemplo le escribieras a Rosy una poesía, o fueras y le cantarás una canción muy romántica, ¿cómo ves esa idea?
- ¡Pero que me cuentas, eh, que me cuentas, eh! Eso puede solucionar mi problema ¿verdad?

- Llevo todo el día escribiendo y apenas llevo sólo unas líneas.
- ¿Sabes qué, Gigio? Las cosas que cuestan mucho trabajo se aprecian mucho más. Y Rosy te quiere, así que va a apreciar mucho más tanto trabajo.

- "Querida Rosita. Tus lindos ojos mexicanos me estremecen cada vez que me miran..."
- Muy bien Gigio, muy bien, sigue, sigue.
- "Desde que llegué a México sólo he pensado en compartir mi quesito contigo..."

ELEMENTOS VALORATIVOS DEL DISCURSO:

- Muy bien, Gigio, muy bien. Adelante, sigue.
- "Si tu me dejas, Rosy, este pobre ratoncito de la televisión ya no tendrá a quien amar y morirá , sin ser amado.

- Estoy seguro que después que Rosy lea esta carta no te va a dejar nunca.
- Es que... ¿Tú crees, Raulito? ¿Tú crees?
- Estoy seguro, Gigio. Está llena de verdad, de sentimiento. Por favor repíteme la parte final.
- ¿Otra vez, otra vez?
- Sí, otra vez.
- Si tu me dejas, este pobre ratoncito de la televisión ya no tendrá a quien amar y morirá sin ser amado.

- Está bien, Gigio, está bien. Mira, yo le diría por ejemplo, tu llegas y le dices: "Amor mío, mi corazón late por tí, y he escrito esta carta como prueba de amor para tí."
- Mamma mía, Raulito ¡qué inspiración!
- ¡Ah, verdad?
- Si te hubiera oído Rosy, menos mal, menos mal que no te oyó Rosita.
- ¿Por qué Gigio?
- Porque me hubiera dejado a mí y se hubiera ido contigo.

- No lo puedo creer. ¡Le llevaste flores, le llevaste bombones, le cantaste una canción una canción y todo para nada !

MONITOR:

ELEMENTOS VALORATIVOS DEL DISCURSO:

- Pero ¿sabes? encontré esta tarjeta, sí, esta tarjeta.
- Haber dámela.
- Léela por favor.
- "Querido Gigio: Tu cartita me ha conmovido, pero Pascualino me ha invitado a cenar con él al Santangel, después de haberme obsequiado con una piel de visón. Contigo nos veremos otra vez. Un beso, Rosy.
- Increíble.

- Me parece que la técnica Raúl Astor romántico (RAR) esta vez ha fallado. Quizá funcione mejor el (RIR).
- RIR ¿Qué quiere decir?
- Ricos importantes regalos.

- Ahora di tus oraciones para que Dios te ayude con Rosy.
- Sí, sí, que Diosito y San Pepino sueñen con los angelitos y cuiden a todos los ratoncitos enamorados.

FICHA DE IDENTIFICACION

SERIE "He-Man y los amos del universo"

PROGRAMA "He-Man y los amos del universo"

TEMA Los ticor

TIPO DE PROGRAMA Entretenimiento

HORARIO 18:30 a 19:00

PROGRAMADO

DE: 18:30 A: 19:00

REAL

DE: 18:30 A: 19:50

DURACION 8 minutos.

DIRECTOR Gwen Wetzler

COORDINADOR Artur H. Nadel

PRODUCTOR Joe Mazzuca

REALIZADOR Bob Arkwright

CONDUCTOR

LOCUTOR

PROGRAMA SIGUIENTE Programa especial de RTC

VIDEO						
ASPECTOS TECNICOS - PRODUCCION VIDEO	ENCUADRES	MOVIMIENTOS DE CAMARA	CONTINUIDAD DE LAS TOMAS	CORRESPONDENCIA AUDIO/VIDEO	ILUMINACION	ESCENOGRAFIA
		Big close up, close up, medium long shot, mid shot, - medium long shot - y long shot.	Crab left, crab -- right, tilt up, - tilt down, pan -- left y pan right.	Adecuada. Se -- lo en interrumpi -- das cuando el ac -- gumento exige cam -- bio de escenario - o personaje.	Buena. Como se -- trata de un dobla -- je, podria decirse que este trabajo -- esta bien hecho.	Hard light.
AUDIO						
ASPECTOS TECNICOS - PRODUCCION AUDIO	VOZ	LOC / COND / ACTORES	MUSICALIZACION	EFFECTOS ESPECIALES	ASPECTOS TECNICOS - AUDIO	
	Buena elección de voces para el doblaje.	No hay locuter ni conductor. Los -- personajes son -- dibujos animados hechos por compu -- tadora. Están bien carac -- terizados.	Adecuada	Excelentes.		

MONITOR:

EDICION	CARACTERES GRAFICOS	EFECTOS ESPECIALES	CONTRASTE, NITIDEZ Y COLOR DE LA IMAGEN	ASPECTOS TECNICOS-VIDEO
<p>Adecuada. Los cambios de escenarios y situaciones son - suaves y lógicas.</p>	<p>Al principio aparecen los nombres -- del director y el -- escritor del capítulo. Al final, -- con caracteres que son casi ilegibles por su tamaño y escasa permanencia -- en cuadro, se en-- listan los créditos -- técnicos y de -- producción.</p>	<p>Buenos, según los -- estereotipos de la -- ciencia ficción.</p>	<p>Buenos, si tenemos en cuenta que se -- trata de color -- ción e iluminación artificiales, creadas en el laborato -- rio.</p>	

CORRESPONDENCIA AUDIO - VIDEO	CONTINUIDAD DEL DISCURSO	ESCENOGRAFIA	TECNICAS DE REALIZACION
Adecuada	<p>- Ahora que los tícór acabaron con la comida almacenada - en las bodegas del rey, esperaré unos días hasta que - el rey venga a rogarme que alimente a su gente. ¡Ja, ja, ja! Pero deberá darme los secretos del castillo de - -- Greiscol.</p> <p>- ¿Qué hará con los tícór?</p> <p>- Con lo enfermos que están no creo que quieran nada por el momento, ¡ja, ja, ja!</p> <p>- 0 -</p> <p>- Parece que alguien se siente mal. Viene de ese lado. -- ¡Vaya! ¿Qué tenemos aquí? ¡Ah! Perdón si interrumpo su fiesta. Hemos venido a ofrecerles ayuda.</p> <p>- Nadie ayuda a los tícór fuera de Squeletor, pero él nos hace enfermar. ¡Oh, nos duele el estómago! ¡Todo el mundo cree que somos malos!</p> <p>- No creemos que sean malos, simplemente que no han tenido oportunidad de ser buenos.</p> <p>- Además es más divertido hacer amigos que enemigos. ¿Qué piensan? Quizás les guste vivir una vida pacífica.</p> <p>- Los tícór estamos cansados de pelear siempre. Quedamos muy pocos ahora. Queremos amigos.</p> <p>- Nos daría gusto ser sus amigos.</p> <p>- Creo que ahora lo más oportuno será atender ese dolor - de estómago.</p> <p>- Buena idea, Duncan.</p> <p>- Yo quiero ayudar, He-Man</p> <p>- De acuerdo, gracias. Creo que sé cómo podrían ayudar.</p> <p>- Duncan, Mientras tú atiendes a su gente, Tícór, Buzot y yo vamos a visitar a Squeletor.</p> <p>- Muy bien, que tengan mucha suerte.</p> <p>- 0 -</p> <p>- ¿Tenemos todo listo?</p> <p>- Sí, Squeletor (a coro)</p> <p>- Bien, el rey tendrá que suplicar por alimentos para todo su pueblo. Vendrá a mí de rodillas. Me encantaría ver la cara de He-Man cuando...</p> <p>- ¿Cuándo qué, Squeletor?</p> <p>- ¿Mmmmmmmh? ¡He-Man!</p> <p>- Sí, y traje a uno de tus buenos amigos.</p>	<p>En la guarida de Squeletor. Habla él. Están - sus monstruos.</p> <p>Castillo de Greiscol. Hablan He--- Man, Duncan y el líder de los ticcór.</p> <p>Guarida de Squeletor con sus se cuaces.</p> <p>Llega He-Man con Tícór y Buzot.</p>	Dibujos animados.

CORRESPONDENCIA AUDIO - VIDEO	CONTINUIDAD DEL DISCURSO	ESCENOGRAFIA	TECNICAS DE REALIZACION
	<ul style="list-style-type: none"> - ¡Ticor, pero creí que...! - Temo que tu pequeño truco ya no funciona, Squeletor. - Pero ya gané, He-Man, el rey deberá pedirme a mí el alimento... ¡Imagínate, pagar para comprar su propia comida! ¡Ja, ja, ja! - No puedes vender lo que no es tuyo, Squeletor, Nos -- llevaremos el resto de la comida que robaste. - No me detendrás esta vez, He-Man. - ¡Cuidado! - ¡Buen bloque, Buzot! - No podrá bloquear todos, que tal dos a la vez! - Estos dos son míos. - Eso estuvo muy bien, Ticor, ¡Qué bueno que estás de nuestro lado! - ¡Deténganlos, bobos! - Tendrás que mejorar tu intento. - ¿Qué tal un poco de gas somnífero? - ¡Esta vez no! - ¡El gas de sueño no funciona con los ticor! - Estos dos lucen mejor como adorno, ¿no lo crees así, Ticor? - ¡Ja, ja, ja! - ¿Dónde está mi bastón? - ¡Qué pasa? ¡sáquenme, sáquenme! - ¡Tú también lucen mejor como adorno! - ¡Ja, ja, ja! - Ahora iremos por algunas cosas de tu alacena y las -- llevaremos a las bodegas del rey. - ¡No, no, mi alacena no! - Alguien los liberará un día de estos, un día de estos, Squeletor. - ¡Regresa, cobarde! ¡Ven acá! - No lo haré. Hasta luego. <p style="text-align: center;">- 0 -</p> <ul style="list-style-type: none"> - Gracias, He-Man, el reino queda en deuda contigo. - Conmigo no, alteza. Su gratitud debe dársele a Ticor. - He-Man nos enseñó a interesarnos por los demás y que es más divertido dar que recibir. - Y el reino ya tiene nuevos amigos. 	<p style="text-align: center;">Ante el rey de los ticor, los ticor, He-Man y Buzot.</p>	

CORRESPONDENCIA AUDIO - VIDEO	CONTINUIDAD DEL DISCURSO	ESCENOGRAFIA	TECNICAS DE REALIZACION
	<ul style="list-style-type: none"> - Tícor, ¿te gustaría ser el nuevo guardia de las colmenas. - Me parece una gran idea. - ¿Nos envían a cuidar lo que robamos? - Claro, Tícor, porque la verdadera amistad se basa en - la confianza. - Nos sentiremos muy honrados, alteza. - y en cuanto a ti... - ¡Sí, su majestad? - Tú vas a ser guardia honorario de las colmenas. - En serio ¡Oh, gracias! - Esto merece una celebración. - ¿Alguien quiere celebrar? Pase el día preparando el - pastel de frutas y miel para esta celebración. - ¿Estás seguro de haber leído bien la receta? - Sí, y esta vez la leo tres veces, así que, amigos, -- ¡a comer! - Orko ¡El relleno! - ¡Cuidado, creo que va a explotar! - ¡No, no, no quieto pastel, quieto! - ¡Ja, ja, ja! Guarda esa receta. Podemos usar tus pasteles como juegos artificiales. - ¡Ja, ja, ja! (a coro) 	<p>Llega Orko con la hermana de- He-Man, llamada Tila.</p>	

MONITOR:

ELEMENTOS VALORATIVOS DEL DISCURSO:

- Ahora que los tior acabaron con la comida almacenada en las bodegas del rey, esperare unos días hasta que el rey venga a rogarme que alimente a sus gente ¡Ja ja, ja! Pero deberá darme los secretos del castillo de Greiscol.
- Parece que alguien se siente mal. Viene de ese lado ¡Vaya! ¿Qué tenemos aquí? ¡Ah! Perdón si interrumpo - su fiesta. Hemos venido a ofrecerles ayuda.
- Nadie ayuda a los tior fuera de Squeletor, pero él nos hace enfermar ¡oh, nos duele el estómago! ¡todo el mundo cree que somos malos!
- ¿Tenemos todo listo?
- Sí, Squeletor.
- Bien, el rey tendrá que suplicar por alimentos para todo su pueblo. Vendrá a mi de rodillas.

FICHA DE IDENTIFICACION

SERIE "He-Man y los amos del universo"

PROGRAMA "He-Man y los amos del universo"

TEMA "La rosa solitaria"

TIPO DE PROGRAMA Entretenimiento

HORARIO 18:30 a 19:00

PROGRAMADO 18:30

DE: 18:30 A: 19:00

REAL

DE: 18:30 A: 18:59

DURACION 17 minutos

DIRECTOR Gwen Wetzler

COORDINADOR Artur H. Nadel

PRODUCTOR Joe Mazzuca

REALIZADOR Bob Arkwright

CONDUCTOR

LOCUTOR

PROGRAMA SIGUIENTE Alta Frecuencia.

NOMBRE DEL PROGRAMA: "He-Man y los amos del universo"

FECHA: 25 de septiembre de 1986

VIDEO

ASPECTOS TECNICOS - PRODUCCION VIDEO	ENCUADRES	MOVIMIENTOS DE CAMARA	CONTINUIDAD DE LAS TOMAS	CORRESPONDENCIA AUDIO/VIDEO	ILUMINACION	ESCENOGRAFIA
	Big close up, close up, medium close up, very long shot, mid shot, - medium long shot - y long shot.	Crab left, crab - right, tilt up, - tilt down, pan -- left y pan right.	Adecuadamente. Sólo son interrumpidas cuando el argumento exige cambio de escenario o personaje.	Exacta. Como se trata de un doblaje, podría decirse que este trabajo está bien hecho.	Hard light.	Escenarios estereotipados por ciencia ficción.
AUDIO						

ASPECTOS TECNICOS - PRODUCCION AUDIO	VOZ	LOC / COND/ACTORES	MUSICALIZACION	EFFECTOS ESPECIALES	ASPECTOS TECNICOS - AUDIO
	Buena elección de voces para el doblaje.	No hay locutor ni conductor. Los personajes son dibujos animados hechos por computadora. Están bien caracterizados.	Adecuada	Excelentes	

EDICION	CARACTERES GRAFICOS	EFECTOS ESPECIALES	CONTRASTE, NITIDEZ Y COLOR DE LA IMAGEN	ASPECTOS TECNICOS-VIDEO
<p>Adecuada. Los cambios de escenarios y situaciones son suaves y lógicas.</p>	<p>Al principio aparecen los nombres -- del director y el escritor del capítulo. Al final, -- con caracteres que son casi ilegibles por su tamaño y en casa permanencia -- en cuadro, se enlistan los créditos técnicos y de producción.</p>	<p>Buenos, según los estereotipos de la ciencia ficción.</p>	<p>Buenos, si tenemos en cuenta que se trata de coloración e iluminación artificiales, creadas en el laboratorio.</p>	

NOMBRE DEL PROGRAMA:

FECHA: 25 de septiembre de 1986.

CORRESPONDENCIA AUDIO-VIDEO	CONTINUIDAD DEL DISCURSO	ESCENOGRAFIA	TECNICAS DE REALIZACION :
<p>Adecuada</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Es un gran placer por mí presentáries a... - Es muy hermosa, Duncan. Háblanos al respecto. - Bueno, la pintura es precisamente de la legendaria rosa solitaria. Se dice que la rosa nació de las lágrimas de una diosa. - Todos los días ella subía a la montaña rosa esperando que su esposo regresara de la guerra, pero parece que nunca regresó. Las lágrimas rodaron por sus mejillas y cayeron sobre la tierra. Un día ella desapareció, pero donde solía pararse creció una sola rosa, y es la única planta que existe en la montaña rosa. - Un hermoso regalo. - ¡Buuuuuu! (Llanto). - ¿Pero qué te pasa? - No puedo evitar llorar. ¡Todo es tan hermoso! - ¡El dibujo, la leyenda, es algo tan bonito recibir algo especial! - Cielos, quisiera hacer algo por Driel, algo -- que la hiciera feliz, ¡pero qué podría hacer? - Podrías hacerle algo de magia. - ¡Qué buena idea! - Pero tu magia nunca funciona, ¡je, je, je! - Es cierto, pero podría comprarle lo más hermoso en Eterna. - Pero para eso se necesita tener mucho dinero. - ¡Ah, sí! Bueno, pues como dice mi tío: cuando las cosas no parecen tener solución, olvídalas. - ¡Ah! mejor vamos a almorzar, tengo hambre. - Quisiera darle algo tan bonito como esa rosa. - No Orko, no hay algo más bonito que la rosa solitaria, es perfecta. - ¡Ringer, tienes razón! - ¿De qué? - ¡Es perfecta, el regalo perfecto! Nos vemos -- después. - ¡Oh, no entiendo! ¡Perfecto? ¡Oh, la rosa! 	<p>Observando el cuadro de la Rosa: Ringer, Orko, Driel, Duncan,</p> <p>Orko con el tigre -- llamado Ringer.</p>	<p>Dibujos animados.</p>

CORRESPONDENCIA AUDIO-VIDEO	CONTINUIDAD DEL DISCURSO	ESCENOGRAFIA	TECNICAS DE REALIZACION :
	<ul style="list-style-type: none"> - Driel estará encantada con la rosa, y seguramente la plantará cerca de su ventana para poder -- verla todo el tiempo y recordarme. ¡Oye, no es justo! ¡Así que no era fácil de conseguir, eh! -- ¡Yo que pensé que esto sería fácil! ¡Sabes! No -- estaras sola donde voy a llevarte, Driel te agradecerá y te amará mucho. Eso es, así está mucho -- mejor. Ahora vamos a casa, donde ella podrá <u>sem</u> brarte. ¡Que extraño, no parece que vaya a llo-- ver! ¡Ay, pero si no fue un trueno es una ava-- lancha! - Toda la montaña está temblando. Vamos a ver qué sucede. Alguien se llevó la rosa. ¡Fue Orko! -- Tengo que regresarla. Llaman a junta y avienten-- a todos! - ¡Auxilio! ¡Socorro! - No hay tiempo que perder. Lo primero será cons-- truir una pared para proteger al pueblo. ¡Bien! Esto los mantendrá a salvo. - Trataré de derretir las rocas sueltas con el ra-- yo láser. - Déjame bajar aquí, necesito hacer algo de ejerci-- cio. - ¡Vaya, eso fue un strike! ¡Te volaste la barda, -- He-man, gracias! - Eso nos dará el tiempo necesario para estudiar -- bien la situación. - Aquí debe ser donde estaba la rosa. - Necesito descansar, pero debe informarle a He-- man sobre la avalancha. Me siento muy débil. - Tenemos que encontrar esa flor. - Se ve bastante débil. Le daré un toque con mi -- rayo congelador, para no arriesgarnos. - Al parecer no solamente nos vamos a llevar la -- flor, sino que también nos vamos a llevar el flo-- rero, ¿verdad? ¡Jo, jo, jo! - Llevémosla a Squeletor. 	<p>Montaña en donde se en-- cuentra la rosa solita-- ría que no se deja cor-- tar por Orko.</p> <p>Hombres voladores se -- acercan a la montaña.</p> <p>He-man construye una -- pared con troncos.</p> <p>Orko.</p> <p>Amigos de Squeletor vo-- lando por el espacio -- congelan a Orko.</p>	

NOMBRE DEL PROGRAMA:

FECHA: 25 de septiembre de 1986.

CORRESPONDENCIA
AUDIO-VIDEO

CONTINUIDAD DEL DISCURSO

ESCENOGRAFIA

TECNICAS DE
REALIZACION :

- Por ahora todo está tranquilo. Sha-man. ¿Crees que permanezca de ese modo?
- No, la leyenda dice que si alguien corta la flor la montaña se disgustará y después caerá en pedruzcos.
- Entonces para detener la avalancha necesitamos encontrar la rosa y plantarla de nuevo.
- ¡SÍ! Lo que significa encontrar a Orko.
- No se diga más, Duncan. Tú y Tila vayan en canoa a buscar a Orko. Nosotros trataremos de detener la montaña. ¡Este no es momento para derraparse! De todos los problemas que hemos enfrentado, la fuerza de madre Eterna es la mayor.
- ¡Ah, no puedo despegar esta maldita flor! ¡Hombre bestia, necesito tu ayuda! ¿Dónde se habrá metido esa cara de alfombra! ¡Hombre bestia! ¡Alfombra peluda!
- ¡Gracias, cara de alfombra!
- ¡Oye! pero, pero, pero ¿qué diablos estás haciendo aquí, a ver eh?
- ¡Ay, ay, ay, tendré que huir mientras tenga suficiente fuerza! para ¡Ay, mi magia también se debilita! Más vale que aplique mi magia para salir de aquí antes de que sea demasiado tarde.
- ¡Aquí estás! ¡Esta vez no podrás escapar, verdad?
- ¡Ay, ay, ay, compermisito!
- Ahora ven conmigo.
- Muchas gracias, me salvaste.
- Podrás agradecerme después. Tenemos que devolver esa rosa a la montaña para detener la avalancha.
- ¿La rosa? ¿Quiere decir que la rosa tiene relación con la avalancha? ¡Cielos! ¿Cómo es posible?
- Nuestra leyenda dice que la rosa es lo único que mantiene intacta a la montaña.

Sha-man y He-man plati-
cando.

Hombre bestia tratando
de descongelar a Orko-
que sostiene en una ma-
no la rosa.

Hart rescata a Orko y-
huyen fuera de la guar-
rida de Squeletor.

NOMBRE DEL PROGRAMA:

FECHA: 25 de septiembre de 1986

CORRESPONDENCIA
AUDIO-VIDEO

CONTINUIDAD DEL DISCURSO

ESCENOGRAFIA

TECNICAS DE
REALIZACION :

- 0 -

- ¡Ay, ay ay, pero tenemos compañía!
- No podemos dejarlos escapar
- Por supuesto que no, o tendremos un problema con ya sabes quién.
- No puedo volar muy rápido, mi energía está agotándose y mi magia también.
- ¡Que bueno! Esto significa que la rosa está viva aún debido a tu energía. Ven, yo te voy a llevar.
- Orko jamás podrá imaginarse lo ansioso que estoy por encontrarlo.
- ¡Mira, padre!
- Creo que irán más cómodos aquí.
- ¡Je, je, je! ¡Qué alegría verlos!
- Y a nosotros no te imaginas lo que nos alegra verte. Especialmente a la rosa solitaria.
- Bueno, Garme me contó que...
- ¡Es la cara de lata, tendremos problemas, sujétense!
- ¡Ahí van! Si le damos al motor los haremos caer, ¿eh?
- Te dije que le dieras al motor, pero le diste a la rosa.
- Esta vez sí que la arruinamos, estamos perdidos.
- ¿Y que vamos a decirle a Squeletor?
- Regresemos ya se nos ocurrirá algo.
- No entiendo por qué se alejan tan pronto.
- ¡Oh, no! ¡Ay, ay, ay! ¡Ahora sí que no habrá salvación!
- Era lo único que podía mantener firme a la montaña rosa, y ahora se ha ido.
- ¡Y pensar que es una planta única!
- ¿Qué fue lo que dijiste, Orko?
- Dije que es una planta única.
- Eso fue lo que escuché. De prisa, vamos al laboratorio.
- Hart, vuela hasta el pueblo y dí a He-man que iremos en seguida.

Hombre bestia inicia la persecución para recuperar la rosa.

Duncan con Tila se encuentran a Orko y a Hart.

El hombre bestia y cara de lata empiezan persecución.

Duncan, Tila, Hart y Orko en una nave voladora.

NOMBRE DEL PROGRAMA:

FECHA: 25 de septiembre de 1986.

CORRESPONDENCIA
AUDIO-VIDEO

CONTINUIDAD DEL DISCURSO

ESCENOGRAFIA

TECNICAS DE
REALIZACION :

- ¡Oigan! ¿qué fue lo que dije?
- 0 -
- Orko, me alegra que me recordaras al madurador.
- ¿Lo hice? ¡Ah, claro que sí! ¿Qué es un madurador?
- Existe la posibilidad, sólo una posibilidad, de que con esta máquina logre iniciar el proceso natural del crecimiento.
- ¿Quieres decir que revivirá?
- Ya veremos. Bien, ahí va. Prepárense. Está todo listo
- ¡No funciona!
- ¡Ay, funciona, por favor!
- ¡Flor, revive, revive!
- ¿Donde han estado todos? ¡Oh, la rosa solitaria! ¿Qué le paso?
- Quería regalarte algo especial, así que tomé la rosa solitaria de la montaña... y
- Lo que Orko ignoraba es que la rosa era el corazón de la montaña rosa, y cuando la tomó la montaña empezó a derrumbarse.
- Traté de hacer algo bonito y ahora lo he arruinado todo. No comprendo cómo pudo resultar de este modo.
- Tomaste la rosa con un buen propósito en tu corazón. ¡No debes culparte por ello!
- ¡Miren, la rosa al fin está reviviendo!
- No era la máquina lo que necesitábamos.
- Llévemola enseguida a la montaña rosa.
- Oh Driel, llévala tú.
- ¡Cielos, Orko! ¡Gracias!
- 0 -
- Si no regresan pronto con la rosa todo nuestro trabajo habrá sido inútil.
- ¡Mira, He-man, se aproximan!
- Sí la tienen, recuperaron la rosa!

Duncan, Tila y Orko en el laboratorio llega - Driel.

He-man en la montaña -- acompañado por su mascota.

NOMBRE DEL PROGRAMA:

FECHA: 25 de septiembre de 1986.

CORRESPONDENCIA AUDIO-VIDEO	CONTINUIDAD DEL DISCURSO	ESCENOGRAFIA	TECNICAS DE REALIZACION :
	<ul style="list-style-type: none"> - Bueno, ahora con esto todo habrá quedado resuelto. - Yo tuve la culpa de que todo esto sucediera. - Lo siento mucho. - La rosa, la rosa otra vez. ¡Oh! No está. - ¡Orko, ahora sí tienes problemas en verdad! - Lo lamento mucho. ¿Va a castigarme? - Por supuesto que no. Tengo mucho que agradecerles a ambos. - ¿Agradecemos? ¿Qué, que fue lo que hicimos! - Pues sencillamente me liberaron. Eso es todo. - Verán: todos estos años he sido prisionera del dolor de amor. Estaba tan triste, que no permitía que nada más creciera en esta montaña. Orko, al haberme elegido como regalo del verdadero amor, me liberaste, estoy satisfecha. Por favor, acepten esto como una muestra de mi gratitud. - ¡Oh, que hermosa! - ¡Miren, la montaña está cambiando! - Es una bendición de la diosa de la rosa! - ¡Se ha ido! - Ahora que la montaña está cubierta por la vegetación, su gente estará a salvo de las avalanchas. - Estamos muy agradecidos por su ayuda. Especialmente contigo He-man. - Parece que todo resultó mejor de lo que esperábamos. - Queremos regalarles esto. - Muchas gracias, Orko, la plantaremos cerca de nuestra villa. - Nuestra gente va a recordar por siempre la leyenda de la rosa. - ¿Otra vez lloras Driel? ¿Qué te pasa? - ¡Oh, me encantan los finales felices! - ¡Ja, ja, ja! (a coro) 	<p>He-man planta la rosa.</p> <p>La rosa se transforma en diosa.</p> <p>Orko y Driel regalan la rosa.</p>	

NOMBRE DEL PROGRAMA: "La Rosa solitaria"

FECHA: 25 de septiembre de 1986.

CORRESPONDENCIA AUDIO - VIDEO	CONTINUIDAD DEL DISCURSO	ESCENOGRAFIA	TECNICAS DE REALIZACION :
	<ul style="list-style-type: none">- Oye, conozco un grupo que no piensa que es un final feliz.- ¿Y tú crees que Squeletor note la diferencia?- No, todas las flores son iguales. Sólo actúa con naturalidad.- A ver, a ver, a ver si puedo, porque por si no lo sabes, a mí me reprobaron en actuación.- ¿Tienen la rosa? ¡Dénmela!- ¡Sí jefe, aquí está!- ¡Ay, ay, ay, pero qué torpes! ¿Qué disculpa tienen ahora?- Te dije que no nos iba a creer nada. ¡Pero a pesar de todo qué listo es el jefe verdad? ¿Cómo se habrá dado cuenta? ¡Y qué listo!- ¡Cállate y sigue corriendo, porque nos va a atrapar! <p style="text-align: center;">- 0 -</p> <ul style="list-style-type: none">- Por no escuchar esa pequeña voz interna que diferencia el bien del mal llamada conciencia. -- cuando Orko decidió impresionar a Driel, sospechó que estaba haciendo algo malo. Siempre que sientan la duda de hacer o dejar de hacer algo, deténganse un momento y oigan su conciencia. -- Generalmente les dirá lo que está bien y lo que no, pero si de todos modos no estuvieran seguros, hablen con su familia o con alguien que les infunda respeto. ¡Hasta pronto, amigos!	<p>En la cueva de Squeletor con el hombre bestia y cara de lata <u>pin</u> tan una flor.</p> <p>Llega Squeletor.</p> <p>Squeletor trata de pagarles.</p> <p>Duncan</p>	

ELEMENTOS VALORATIVOS DEL DISCURSO:

- Cielos, quisiera hacer algo por Driel, algo que la hiciera feliz, ¿pero que podría hacer?
- Podrías hacerle algo de magia.
- ¡Que buena idea!
- Pero tu magia nunca funciona ¡je, je, je!
- Es cierto, pero podría comprarle lo más hermoso de Eternia.
- Pero para eso se necesita tener mucho dinero.
- ¡Ah sí! bueno, pues como dice mi tío: cuando las cosas no parecen tener solución, olvídalas.

- Driel estará encantada con la rosa, y seguramente la plantará cerca de su ventana para poder verla todo el tiempo y recordarme.

- ¡Ahí van! Si le damos al motor los haremos caer ¿eh?
- Te dije que le dieras al motor, pero le diste a la rosa.

- Querías regalarte algo especial, así que tomé la rosa solitaria de la montaña... y
- Lo que Orko ignoraba es que la rosa era el corazón de la montaña rosa, y cuando la tomó la montaña empezó a derrumbarse.
- Traté de hacer algo bonito, y ahora lo he arruinado todo. No comprendo cómo pudo resultar de este modo.
- Tomaste la rosa con un buen propósito en tu corazón ¡No debes culparte por ello!
- ¡Miren, la rosa está reviviendo!

MONITOR:

ELEMENTOS VALORATIVOS DEL DISCURSO:

- Tengo mucho que agradecerles a ambos.
- ¿Agradecemos? ¿Qué, que fue lo que hicimos?
- Pues sencillamente me liberaron. Eso es todo. Verán: todos estos años he sido prisionera del dolor de amar. Estaba tan triste, que no permitía que nada más creciera en esta montaña. Orko, al haberme elegido como regalo del verdadero amor, me liberaste, estoy satisfecha.

- ¿Y tú crees que Squeletor note la diferencia?
- No, todas las flores son iguales. Sólo actua con naturalidad.
- A ver, a ver, a ver si puedo, porque si no lo sabes, a mí me reprobaron en actuación.
- ¿Tienen la rosa? ¡DÓNmela!
- ¡Si jefe, aquí está!
- ¡Ay, ay, ay, pero qué torpes! ¿Qué disculpa tienen ahora?
- Te dije que no nos iba a creer nada ¡Pero a pesar de todo qué listo es el jefe, ¿verdad? ¿Cómo se habrá dado cuenta? ¡Y que listo!

FICHA DE IDENTIFICACION

SERIE (Capítulos independientes)

PROGRAMA "Chiquilladas"

TEMA "Chiquilladas en Japón"

TIPO DE PROGRAMA Entretenimiento.

HORARIO 20:00 a 20:30 horas

PROGRAMADO

DE: 20:00 A: 20:30 hrs.

REAL

DE: 20:00 A: 20:29

DURACION 19 minutos

DIRECTOR César González

COORDINADOR Rafael Vázquez

PRODUCTOR Humberto Navarro

REALIZADOR Francisco Medina

CONDUCTOR

LOCUTOR

PROGRAMA SIGUIENTE Cachun Cachun Ra-Ra

VIDEO

ASPECTOS TECNICOS - PRODUCCION VIDEO	ENCUADRES	MOVIMIENTOS DE CAMARA	CONTINUIDAD DE LAS TOMAS	CORRESPONDENCIA AUDIO/VIDEO	ILUMINACION	ESCENOGRAFIA
	Big close up, close up, medium close up, medium long shot, long shot - y very long shot.	Track in, track - out, crab left y - crab right.	Hay cambios de escena, conforme exigen los episodios cortos en que está hecho el programa. Los cambios son bruscos y rompen radicalmente con la escena precedente.	Si hay correspondencia. La música sube o baja adecuadamente, de acuerdo con lo que se observa en pantalla.	Hard light	Ambiente que imita al Japón conocido, según el estereotipo.
AUDIO						

ASPECTOS TECNICOS - PRODUCCION AUDIO	VOZ	LOC / COND / ACTORES	MUSICALIZACION	EFFECTOS ESPECIALES	ASPECTOS TECNICOS - AUDIO
	Adecuada en entonación y matices, según las exigencias de las escenas.		Música que imita en ritmo, melodía e instrumentación, a la que el estereotipo ha difundido como típicamente japonesa.	Burdos ya que inmediatamente se observan que no es real.	

MONITOR:

EDICION	CARACTERES GRAFICOS	EFECTOS ESPECIALES	CONTRASTE, NITIDEZ Y COLOR DE LA IMAGEN	ASPECTOS TECNICOS-VIDEO
<p>Deficiente, pues hace muy notables los "efectos especiales" y muy bruscos los cambios de escena.</p>	<p>No hay créditos de actores, sólo para los que participan en todos los aspectos de la producción. Ningún actor tiene crédito.</p>	<p>Maquillaje excesivo ladrillos de unice, esponjas para idear personajes gordos, - son los efectos especiales que pretenden hacerse valer - mediante bruscos y evidentes cambios - de toma.</p>	<p>Colores fuertes. La nitidez es buena, y el contraste adecuado.</p>	

ESTO TIENE QUE SER
 ESTO TIENE QUE SER
 ESTO TIENE QUE SER
 ESTO TIENE QUE SER
 ESTO TIENE QUE SER

NOMBRE DEL PROGRAMA: "Chiquilladas"

FECHA: 26 de septiembre de 1986.

CORRESPONDENCIA AUDIO-VIDEO	CONTINUIDAD DEL DISCURSO	ESCENOGRAFIA	TECNICAS DE REALIZACION :
Adecuada	<ul style="list-style-type: none">- ¿Ustedes saben por qué estamos vestidos así?- ¿Se imaginan cómo sería Chiquilladas en Japón!- ¡ Pues vamos a ver Chiquilladas en Japón!- 0 -- Fayuca, fayuca, fayuca, fayuca.- Oye tú, Petacataca- ¿Que querer tú, Pitucataca?- Honorable gente no querer comprar fayuca. Venta estar muy fayuca.- ¿Querer comprar fayuca?- Tocatoca, cassett muy chico.- Oye, tú, Petacataca, muestra último invento.- Miniminimicrocomponente, mil watts por canal estéreo; energía solar por el día.- Y por la noche energía lunar.- Ta buena la onda, ta chico, me gusta, ¿y audifonos mini?- No, audifono caguama.- 0 -- El arte del origami es un arte muy popular en Japón. Sólo se utiliza papel y hacer dobleces en él, hasta lograr una verdadera obra de arte.- 0 -- ¿Cómo es la discoteca en Japón?- Chiquititos y Chiquititas, qué bueno que caen - por aquí con honorable bizkoteca.- (Suena teléfono). Toca toca casset de Yoshio -- Samurai.- Samurai no es de Yoshio, Samurai es de Nissan. Chido tu coche. (Cuelga).- Chiquititos y aquí está el video. - Chiquititos, y como decía matsumoto cuando desayunaba: Sayonara.-	<p>Niños vestidos de japoneses.</p> <p>Niños en un mercado - con elementos japoneses en interiores de estudio, dos niñas -- vendiendo mercancías, se acerca un cliente.</p> <p>Se muestra en pantalla un audifono gigantesco de utilería.</p> <p>Niña. Estudio Haciendo origami</p> <p>Niña. Estudio Con videocassetera y teléfono.</p> <p>Aparecen unas tijeras bailando y cortando - figuras. Se despiden inclinando la cabeza la niña.</p>	Dramatización.

NOMBRE DEL PROGRAMA "Chiquititas"		FECHA: 26 de septiembre de 1986.	
CORRESPONDENCIA AUDIO-VIDEO	CONTINUIDAD DEL DISCURSO	ESCENOGRAFIA	TECNICAS DE REALIZACION :
	<p>- Escena sin palabras.</p> <p style="text-align: center;">- 0 -</p> <p>- ¿Y Chiquitrácula cómo es en Japón?</p> <p>- ¡Bu! Shi quiero me quite. Cheguero que chi, por que soy el temible chutamenes. Ta chico el vampiro. ¿Ustedes saben por qué los cisnes en Japón canta antes de morir? Porque después de muertos ya no pueden cantar. Ta sangron, ta bueno, ta bueno.</p> <p>- ¡Pelo qué ven mis honolables ojitos! ¡Una víctima, y en Japón víctima se dice: ta amolada. Le voy a dar mellito. (Se acerca y dirige a una niña). ¡Bu! ¡Bu! ¿No sientes mellito? ¡Bu!, ¡Bu! ¿No sientes mellito? Soy tachico el vampiro.</p> <p>- Soy karateca, cinta negra. ¡AAAAAAAAAAAA!</p> <p style="text-align: center;">- 0 -</p> <p>- Muy honolables noches. Les saluda Lolita Avalla. Mucha preocupación en Japón por tanto árbol caído, la policía piensa que los culpables son los perros karatecas. Al levantar la paulta, caen, derriban árbol.</p> <p>- y según las últimas estadísticas sobre automovilismo, si un norteamericano va en su coche oye un ruido en el motor se baja, lo arregla y lo</p>	<p>Sesión de niños practicando karate. Un niño intenta romper un ladrillo de unícel, como si fuera karateca. No puede hacerlo en varios intentos, y un niño mucho menor aparece en pantalla, rompe el ladrillo y hace una reverencia.</p> <p>En Jardía japones en interiores con un niño vestido de Drácula. Letrero: "Chiquitrácula", imitando escritura japonesa.</p> <p>Da un golpe de karate al vampiro, y en el close up aparece el cuerpo del vampiro partido en dos, por separación de dos tomas, efecto especial.</p> <p>Estudio. Imitando al programa nocturno 24 horas pero con elementos japoneses. Aparece en la pantalla el letrero "24 horitas"</p>	

NOMBRE DEL PROGRAMA: "Chiquilladas."

FECHA: 26 de septiembre de 1986

CORRESPONDENCIA
AUDIO-VIDEO

CONTINUIDAD DEL DISCURSO

ESCENOGRAFIA

TECNICAS DE
REALIZACION :

convierte en turco. Si un japonés oye un ruido en su coche, se baja, lo transistoriza, lo hace miniatura de pilas con energía solar, y si un mexicano oye un ruido en el motor de su carro, le sube al radio. Y nos visitan en el estudio de 12 + 12 = 24 unos luchadores de suma con más de 200 kilos.

- Se sumó. Por mi parte ha sido todo.

- 0 -

Escena sin palabras.

- Chatón, chatita, tu no estas para saberlo, ni yo para andar de chismoso. Como quien dice tu vas a conocer el invento que sacaron los japoneses, es la televisión más pequeña del mundo. Como la ves desde ahí.

- ¿Y para que sirve?

- ¿Cómo? no sabes para que sirve, ahora si como quien dijo quien sabe que porque no es lo mismo andar que lo arguendero, pero como quien dice esta televisión te puede servir pa' muchas cosas.

- Te puede servir para verla en la escuela, o la puedes ver en tu casa, en el metro, en el tren-bala, en donde quieras, Chata, en donde quieras.

- ¿Es cara?

- No, Chata, no es cara, es televisión.

- No, digo que si es cara, que cuánto cuesta.

- Chata, caray, no es muy cara, o sea, es barata, lo único malo es que siempre hay que andar cargando la pila.

- 0 -

Aparecen dos luchadores de suma torrados de esponja para que agreden gordos y mientras simulan pelear uno de ellos se hunde en el suelo.

Estudio. Un chiquillo hace bolas de papel. niño intenta realizar un origami.

Aparece la sección de Carlinitas, donde un niño imita a Cantinflitas en su lenguaje.

Mostrando reloj de pulso como si este fuera la televisión.

Muestra una pila de aproximadamente de 40 cm. y 20 kilos (utilizada).

NOMBRE DEL PROGRAMA: "Chiquilladas."

FECHA: 26 de septiembre de 1986.

CORRESPONDENCIA AUDIO-VIDEO	CONTINUIDAD DEL DISCURSO	ESCENOGRAFIA	TECNICAS DE REALIZACION :
	<ul style="list-style-type: none"> - ¿Cómo son las telenovelas en Japón? Vamos a ver las. - Honorable padre de Flor de Loto. - Honorable hija de Kasuyo. Mis honorables ojo izquierdo y derecho vete neviosa. - Sí, honorable padre de Flor de Loto. Hija acordarse que hoy venir Karate a pedir mano. - ¿Y honorable Karate Kid para qué querer manita? - Hija no saber, honorable padre de Flor de Loto, y eso preocuparme. - A mí también preocuparme. ¿No la querrá hacer manita de puerco? - ¡No! Eso sería terrible, honorable padre de Flor de Loto. - Alguien llama a la honorable puerta. - Debe ser Karate Kid y su honorable mamacita. - Iré a recibirlos. - Honorable Kasuyo, yo venir en mis dos pies, izquierdo y el derecho, a visitarte a ti y a tu honorable hija Flor de Loto, para pedir su mano. - Pa mí. - Qué bueno. - ¿Y tú por qué no quitarte los zapatos para entrar a mi honorable casa? - Es que no puedo. - ¿Tú decir por qué? - No puedo quitarme los zapatos porque traigo los calcetines rotos. Por eso Flor de Loto me los va a zurcir. - Honorable padre de Flor de Loto, a pesar de todo yo lo quiero, honorable padre. - Pero honorable hija de Kasuyo, él nomás quiere tu mano para zurcir sus calcetines. - Pero honorable Kasuyo. Yo quiero su mano. - ¿Para qué quieres su mano? 	<p>Casa japonesa en estudio. Letrero: Karate Kid III. Padre e hija platican en la sala</p>	

NOMBRE DEL PROGRAMA: "Chiquilladas"		FECHA: 20 de septiembre de 1986.	
CORRESPONDENCIA AUDIO-VIDEO	CONTINUIDAD DEL DISCURSO	ESCENOGRAFIA	TECNICAS DE REALIZACION :
	<ul style="list-style-type: none"> - Para dar karatazos. ¡Aaaaaaaa! - Mi honorable hijo karate Kid casarse con Flor de Loto. - ¿Y en dónde querer vivir? - En casa de cartón. - ¿De cartón? - Dije de Cartón. - Flor de Loto querer vivir en la casa de té de la luna de agosto. - ¡Ni que fuera Flor de Loto...del otro mundo! - ¡Honorable padre, dale mi mano a Karate Kid. - Te daré la mano de Flor de Loto a menos de que demuestres que de veras te la mereces. - Claro que la merezco. - ¿Ves aquella piedra de agua? - Si la rompes con la mano, te daré la mano de - - Flor de Loto. - Está bien, Flor de Loto es tuya, pero sólo - la mano. - Andale, padre. - Yo quiero a toda Flor de Loto. - La mano . No sólo la mano. - Yo quiero a toda Flor de Loto. - No, la mano. <p style="text-align: center;">- 0 -</p> <p style="text-align: center;">..</p> <p style="text-align: center;">Escena sin palabras.</p> <p style="text-align: center;">- 0 -</p> <ul style="list-style-type: none"> - ¿Les gustó la telenovela japonesa? Vamos a ver otra. - Fujiyama - Que mono tacuche. - Ta chido 	<p style="text-align: center;">Barra de hielo</p> <p style="text-align: center;">Aparece hielo triturado en cambio de toma.</p> <p style="text-align: center;">Estudio. Letrero: "El arte del origami" Niño tratando de hacer origami sin buenos resultados.</p> <p style="text-align: center;">Letrero: "La telenovela". Casa japonesa. Dos personajes. Después entra un tercero.</p>	

NOMBRE DEL PROGRAMA: "Chiquilladas"

FECHA: 26 de septiembre de 1986.

CORRESPONDENCIA
AUDIO-VIDEO

CONTINUIDAD DEL DISCURSO

ESCENOGRAFIA

TECNICAS DE
REALIZACION :

- Si, ¡Oh! no gusta te suda tu pata.
- No gusta si suda mi pata. me te invito a subir a mi coche bonito.
- Ni modo hoy ya supe que cae agua.
- No cae agua.
- Si cae agua, dijo iracheta.
- No cae agua, coche bonito está en seco.
- Fujiyama, aquí estoy.
- Oh!
- Fujiyama y este ta chico.
- Es tochito tocado.
- Y este obeso.
- ¡Grrr...! te pico el hocico.
- Te pego en boquita.
- ta... loquite.
- Oh... y ahora quien paga mi casa.

- 0 -

- Escena sin palabras.

- 0 -

- Los niños deben obedecer a sus padres.
- Anai venga hacer meme
- No esperáte.
- Deben de obedecer, ¡bueno, eso es lo que digo yo!

- 0 -

- Escena sin palabras.

Dos personajes se pelean por la atención de la niña y realizan algunos desperfectos en la casa.

Letrero: "El arte origami". Estudio con niño. Niño destrozando papeles, para parodiar el verdadero origami.

(Letrero: "Consejos de Ana"). Estudio con niña

Letrero: "El arte del origami" Estudio con niño. Aparece un niño junto a un cerro de papeles hechos bola).

NOMBRE DEL PROGRAMA: "Chiquitadas"

FECHA: 26 de septiembre de 1986

CORRESPONDENCIA
AUDIO-VIDEO

CONTINUIDAD DEL DISCURSO

ESCENOGRAFIA

TECNICAS DE
REALIZACION :

Estudio. Canto a coro
entre todos los actores
participantes.
Vestidos como japone-
ses y caminando e in-
clinando la cabeza -
como tales.

MONITOR:

ELEMENTOS VALORATIVOS DEL DISCURSO:

- ¿Quiere comprar fayuca?
- Tocatoca, cassett muy chico.
- Oye, tū, petacataca, muestra último invento.
- Miniminimicrocomponente, mil watts por canal estéreo; energía sola por el día.

- ¡Pelo qué ven mis honorables ojitos! ¡Una víctima, y en Japón víctima se dice: ta amolada. Le voy a dar -- mellito. ¡Bu! ¡Bu! ¿No sientes mellito? ¡Bu! ¡Bu! No sientes mellito? Soy tachico el vampiro.
- Soy karateca, cinta negra ¡laaaaaaaa!

- Y según las últimas estadísticas sobre automovilismo: si un norteamericano va en su coche y oye un ruido en el motor se baja, lo arrega y lo convierte en turbo. Si un japonés oye un ruido en su coche, se baja, lo transistorisa, lo hace miniatura de pila con energía solar, y si un mexicano oye un ruido en el motor de su carro, le sube al radio.

- Como quien dice tu vas a conocer el invento que sacaron los japoneses, es la televisión más pequeña del mundo. Como la ves desde ahí.
- ¿Y para que sirve?
- ¿Cómo? No sabes para que sirve, ahora si como quien dijo quien sabe que porque no es lo mismo andar que lo-arguendero, pero como quien dice esta televisión te puede servir pa' muchas cosas.
- Te puede servir para ver en tu casa, en el metro, en el tren bala, en donde quiera, Chata, en donde quieras.
- ¿Es cara?
- No, Chata, no es cara es televisión.

MONITOR:

ELEMENTOS VALORATIVOS DEL DISCURSO:

- ¿Y tú por qué no quitarte los zapatos para entrar a mi honorable casa?
- Es que no puedo.
- Tú decir ¿por qué?
- No puedo quitarme los zapatos porque traigo los calcetines rotos. Por eso Flor de Loto me lo va zurcir.
- Honorable padre de Flor de Loto, a pesar de todo yo lo quiero, honorable padre.

- Te daré la mano de Flor de Loto a menos de que demuestres que de veras te la mereces.
- Claro que la merezco.
- ¿Ves aquella piedra de agua? Si la rompes con la mano, te daré la mano de Flor de Loto.