



**UNIVERSIDAD NACIONAL  
AUTONOMA DE MEXICO**

**ESCUELA NACIONAL  
DE ESTUDIOS PROFESIONALES  
ACATLAN**

*ESPACIO ABIERTO*  
*Crónica de una oportunidad para jóvenes*

**MEMORIA PROFESIONAL**  
para obtener el título de  
**LICENCIADO EN PERIODISMO Y  
COMUNICACION COLECTIVA**

presenta

Diana Patricia Nez Manzano

**FALLA DE ORIGEN**

Estado de México 1995



## **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.

REPUBLICA DE COLOMBIA  
SECRETARÍA DE EDUCACIÓN NACIONAL  
BOGOTÁ, D. C. 1972

**A LA MUJER QUE APRENDÍ A QUERER Y  
ADMIRAR.**

**MI MADRE.**

**AL HOMBRE QUE QUIERO RESPETO Y  
ADMIRO.**

**MI PADRE.**

**A TODOS Y CADA UNO DE MIS HERMANOS.**

**A MIS AMIGOS.**

**DEDICO ESTA TESIS AL SEÑOR EMILIO AZCARRAGA:**

**PORQUE ALGÚN DÍA PERMITA A LOS JÓVENES  
UN ESPACIO ABIERTO.**

**AL SEÑOR GUILLERMO ORTEGA:**

**POR AQUELLA OPORTUNIDAD QUE ME DIO Y ME  
SIGUE DANDO DÍA CON DÍA.**

# ÍNDICE.

## ESPACIO ABIERTO.

### CRÓNICA DE UNA OPORTUNIDAD PARA JÓVENES.

#### INTRODUCCIÓN.

#### CAPÍTULO 1

##### TELEVISA, UNA INSTITUCIÓN EN TELEVISIÓN.

- |  |   |
|--|---|
| 1.1 Observación empírica.                                | 2 |
| 1.2 Investigación histórica.                             | 5 |
| 1.3 Hipótesis de la formación institucional de Televisa. | 9 |

#### CAPITULO 2

##### TELEVISA Y JUVENTUD MEXICANA.

- |  |    |
|--|----|
| 2.1 Función comunicativa.                                      | 14 |
| 2.2 Programas juveniles.                                       | 20 |
| 2.3 Manejo de inquietudes: represión y censura en los jóvenes. | 27 |

## **CAPITULO 3**

### **UN ESPACIO DE EXPRESIÓN JUVENIL EN TELEVISIÓN.**

**3.1 Importancia. 43**

**3.2 Función. 44**

**3.3 Propuestas para Televisa. 48**

- Espacio abierto: programa de información, entretenimiento y debate. 50

- Secciones juveniles para programas que deseen abrir espacios juveniles. 60

**CONCLUSIONES. 77**

**BIBLIOGRAFIA. 81**

## INTRODUCCIÓN.

**ESPACIO ABIERTO** es una recopilación de experiencias que he tenido dentro de Televisa, vivencias que declararon la necesidad de crear precisamente eso, **ESPACIOS ABIERTOS** para los jóvenes en donde estos participen activamente. Sostengo, que el talento juvenil en México podría ser utilizado para darle a la televisión, como medio de comunicación masiva, la característica que año con año se ha ido perdiendo; calidad; asegurando, al mismo tiempo, la parte económica ofreciendo un producto joven que sea consumido por los mismos jóvenes. **ESPACIO ABIERTO** más que una memoria profesional, es una justificación del porque es necesario un espacio de expresión juvenil, dentro del ámbito comunicativo, social, político y creativo.

En el primer capítulo abordé el papel que ha jugado Televisa desde sus inicios hasta nuestros días, y cómo el rol que ha desempeñado ha llevado a la empresa a volverse una institución de la comunicación. Como los factores políticos de México se han determinado y se siguen determinando en buena parte por esta empresa al igual que resoluciones sociales, valores y gustos que predominan en el público.

El segundo capítulo manejo como esa institución de comunicación lo que menos ha hecho es comunicar y como se ha enfocado primordialmente a transmitir y ofrecer juicios de valor, modelo que durante años ha funcionado pero que ahora, por la situación de crisis que se presenta en todos los ámbitos, el patrón de conducta de Televisa debe de cambiar para continuar con el papel institucional que en buena medida ayudaría a resolver parte de la problemática social, dando una apertura más libre y menos dogmática a sectores inquietos como lo son los jóvenes.

En el tercer capítulo se planteo, o mejor dicho se justifico la importancia y la función que tendrían estos espacios abiertos de expresión, tanto a nivel político-social, como a nivel producto económico de la empresa. Dando como punto final algunas propuestas que podrían servir para arrancar esta idea. Además de que la calidad del producto mejoraría en mucho aprovechando los recursos que la empresa tiene y que no ha explorado, la creatividad y las ganas de muchos de sus empleados que sólo piden se les dé una oportunidad.

Televisa ha dejado de lado esta opción que no ha sido, a mi juicio debidamente explotada y no ha dado por lo tanto los beneficios a los dos polos; jóvenes y empresa.

Mucha gente piensa que la población juvenil es apática y pone en tela de juicio esta oportunidad, no se niega rotundamente esta cuestión: algunos sí muestran indiferencias hacia su entorno, hacia su medio, hacia cuestiones sociales, económicas y políticas que ocurren actualmente y se inclinan a la diversión; pero, ¿Cuántos más no estamos dispuestos a trabajar en conjunto por una oportunidad como esta dentro del medio?, sin duda muchos y para esos muchos esta dirigida esta memoria profesional.

En otros sectores, los jóvenes están dando, ya desde años atrás muestra viva de esta inquietud. Algunos jóvenes de distintos grupos ideológicos buscan espacios y oportunidades que se manifiestan con realidades tangibles; la organización de grupos activos son ejemplos palpables de esa búsqueda juvenil, así, luchan y se dan a conocer jóvenes que fortalecen nuestras raíces culturales como el movimiento "Tlachinoli" en el Estado de México. Ayuda en la mejora habitacional, servicios públicos y recreativos en las colonias de su identidad, como el grupo "Prensa del Consejo Popular Juvenil" en la delegación Venustiano Carranza y el "Consejo de Equipo de Luz y Sonido" en la Álvaro Obregón y la Miguel Hidalgo. Se apoya y se realiza actividades deportivas, artísticas y educativos como el

grupo femenino "Menopausia", "Expansión" y el "Instituto Nacional de la Juventud". Se preocupa por el cambio y mejora intelectual a nivel universitario como el grupo "CETI" (Consejo Nacional de Estudiantes Independientes), creado por las escuelas particulares y el CEU (Consejo Estudiantil Universitario) de la UNAM. Solo por citar algunos ejemplos.

**ESPACIO ABIERTO** intenta crear esa oportunidad juvenil en donde los jóvenes participen desde la elección del tema, averiguación y estructuración de la información.

La preocupación individual al elaborar esta memoria profesional es sentir que en Televisa hace falta un espacio para jóvenes que permita expresar ideales, inquietudes y capacidades. No se busca un libertinaje dentro de las normas establecidas de México y de la empresa misma, sino, el aprovechamiento de los jóvenes recursos humanos que solo necesitan, para desplegarse un **ESPACIO ABIERTO**.

# **CAPITULO I**

**TELEVISA, UNA INSTITUCIÓN EN TELEVISIÓN**

# **CAPÍTULO 1.**

## **TELEVISIVA, UNA INSTITUCIÓN EN TELEVISIÓN.**

### **1.1 OBSERVACIÓN EMPÍRICA**

Lo mío empezó cuando el Sr. Guillermo Ortega dijo: "esta bien, yo te voy a dar la oportunidad y tu te vas a ganar el puesto". A partir de ese momento inicio una lucha constante por entrar al mundo de la televisión. Empezaron las prácticas, las pruebas que toda gente común debe hacer para poder ingresar al monstruo, al tirano comunicador que durante años llamamos y destruimos en varias aulas de clase de la ENEP Acatlán.

Cinco meses después fui contratada. Entraba como novata al sistema, pero no por ello ignorante de lo que habría detrás de un simple edificio ubicado al lado del metro Balderas.

Con lo primero que me tope fue con los dos bloques de poder: Gobernantes y Gobernados. Ambos en toda la extensión de la palabra y en todos los ámbitos. Aquellas definiciones simples, dichas en los primeros semestres de universidad si funcionaron para comprender que gobernantes son los que dan ordenes, mandan, y funcionan como jefes en cualquier grupo social y los gobernados, son los que siguen y sufren las determinaciones. Dicho términos me encaminaron a imaginar que la misma relación se da entre la empresa Televisa y el público en general, entre encargados de departamentos y los empleados, entre los invitados de cada programa y los conductores, entre el jefe y la secretaria, en suma, entre todos y cada uno de los puestos a ocupar en esta empresa. Televisa fue y es, el modelo perfecto para describir, comprender y criticar el sistema capitalista en el

país, pero lo que me interesaba e incumbía como pasante de periodismo y comunicación colectiva era la manera simple y real de conocer la forma en la que se produce televisión en México. Esta primera observación empírica me llevó a revisar aquellas viejas notas que ya empezaban a empolvase en mi cabeza, y en el librero. Después de algunas horas, encontré una explicación meramente teórica que podrían encajar para explicar este asunto.

Tome papel y lápiz y comence a escribir: "a nivel comunicativo la televisión como objeto, es una máquina capaz de producir la realidad en base a signos que representan cosas. Es un medio que disocia y articula la tecnología y toda una gama ideológica. En este sentido la televisión es un medio que permite la aceptación de la realidad, o bien la hace digerible debido a su sistema tecnológico que permite transmitir una serie de valores, normas y significados para que la gente las acepte como válidas sin cuestionarse el hecho, pues la palabra se reafirma con el mensaje". Con la mirada perdida, pensé que esto obedece a una técnica que permite que toda información, discurso, diálogo y en general cada palabra, este guiada a pensar en un sólo sentido, así cuando se dice: " El coche rojo....." aparece un coche rojo, aun cuando la gente tenga referencia y pleno conocimiento del objeto. Esto es lo que otorga a la televisión la característica de **INSTITUCIÓN**.

A lo anterior habría que agregar que Televisa es un centro monopolístico de información, en primera por su capacidad técnica y económica, nacional e internacional, que bien permite el manejo de datos. En segunda por la expansión de esa información en México y en el mundo. Entonces, el problema estará en el manejo de datos, en ese dar forma estructural a la información de los hechos, sucesos o simplemente de las cosas, y en como el individuo hace de esto un concepto de la realidad.

Desmadejando poco a poco tenemos que el individuo por razones naturales se relaciona con otros individuos formando grupos y subgrupos que al mismo tiempo se unen, facilitando la organización social. Esta masa social mexicana es homogénea y esta caracterizada por la unión de una misma identidad, que refleja la cultura de un pueblo, por lo tanto pierde individualidad compartiendo los mismos valores, normas, costumbres y conceptos de la realidad, permitiendo de esta manera la relación entre individuos y posteriormente de toda una sociedad, así es como la información se toman en el colectivo como verdadera.

En la empresa de televisión, existe para esa sociedad organizada gobernantes, ejecutivos quienes definen las cosas en base a intereses propios de la empresa, misma que se implementaran como leyes para los gobernados, empleados y teleauditorio, respondiendo así, por todos sabido, a mantener un poder político, pues el favoritismo hacia el partido del PRI lo dejan ver en cada programación. El resultado, la institucionalización de Televisa que día tras día es apoyada por el acaparamiento de la información y la facilidad en la distribución e interpretación de la realidad.

Después de tomar estas notas y de estar convencida de que efectivamente existe un control ideológico por parte de la empresa. Después de meditar en aquella frase estratégica que usara Televisa, "La Gran Familia de México" que no estuvo mal empleada, realmente como familia tendríamos que someternos a una paternidad autoritaria, guiadora u en este caso manipuladora que cuida y vigila el comportamiento de sus descendientes sociales. Después de tomar el control del televisor, encenderlo y apagarlo a gusto propio, pense: ciertamente esta forma de ver la vida, este control social no es impuesto, aparentemente, se puede crees o no, pero, encendiendo de nuevo el televisor, en la medida que este sistema funciona como integrador social que orienta y hace prevalecer los valores, normas, y demás conceptos que ayudan a la formación social, se

**confirma la función institucional de Televisa.**

Ahora bien, tomando en cuenta que en la actualidad, según datos estadísticos del último censo nacional llevado a cabo en el mes de abril de 1990, la población mexicana esta integrada en un 60% por jóvenes, y en consecuencia, los sujetos en los que recae la función institucionalizada de esta empresa comunicativa. Por esto, los jóvenes tienen un papel protagónico dentro del país y creo yo que lo deberían de tener también, en la empresa institucional de comunicación. Lo malo es la monopolización del medio, el poder de unos cuantos que limitan a unos muchos.

¿Pero cómo llego el poder a unos cuantos encargados de la realización televisiva en México?. Para comprender este hecho, sin duda tuve que recurrir a la explicación de todo proceso, la historia en un ámbito socio-político.

## **1.2 INVESTIGACIÓN HISTÓRICA.**

Miguel Basañes, Karin Bohmann, Fátima Fernández, Jorge González Treviño, entre otros, fueron algunos de los autores que aportaron información para la realización de esta secuencia histórica. Esta parte la considero importante debido a que con ello puede comprender aquello que mencionaba al principio, los gobernantes y gobernados, Televisa como se le ha dado en llamar a título del libro de Raúl Trejo Delarde, "El Quinto Poder", si bien categóricamente no se sabe que lugar ocupe es verdad que ocupa un poder y con ello un lugar en el proceso de México a nivel económico, político y social, debido al manejo de la información. Pues bien, sumergamonos entonces en la historia.

Las primeras concesiones televisivas hechas a particulares se llevaron a cabo en el sexenio del presidente Miguel Alemán Valdés, con esto nace la televisora comercial dirigida por grandes familias: Azcárraga y O'Farrill. Además entraron a la moda verbal los términos **INDUSTRIALIZACIÓN, MODERNIZACIÓN Y CONTROL.**

Para el gobierno de Adolfo Ruiz Cortines, poca de inflación causada por el enriquecimiento exagerado del sexenio anterior mismo que elevó el gasto público, se contaba con los canales de televisión 2, 4 y 5 de la empresa llamada en ese entonces **TELESISTEMAS DE MÉXICO**, además comenzaba con sus primeros pininos en el envío de señales a provincia.

En el período de Adolfo López Mateos el proceso televisivo se mantuvo en letargo aparente. En el país, debido a la crisis de poder de los gobiernos en manos de Alemán y Ruiz Cortines, no había más concesiones, y mucho menos grandes avances tecnológicos. Sin embargo, fue en este período donde apareció a título de propiedad el canal 5 a nombre de la familia Alemán.

En la presidencia de Gustavo Díaz Ordaz, **TELESISTEMAS DE MEXICO** alcanzó un logro más: la televisión a color. Por otro lado, surge el canal 13, televisora gubernamental con accionistas de la empresa Somex, mismos que integraban un modelo televisivo de orientación cultural, social e informativa; lo que contrastó con el endurecimiento de la política oficial, que en estos años llegó hasta la violencia.

Con la llegada al poder de Luis Echeverría Álvarez empezó a consolidarse aún más el sistema de comunicación institucional. El ahora Televisa, asumió una posición legítima de institución en el manejo de la información. En este período el gobierno contaba con el canal 13 y canal 7, que formaban el grupo Imevisión, el canal 11 administrado y manejado por el Instituto Politécnico Nacional (IPN),

estas estaciones de televisión estuvieron supeditadas al consorcio privado que adquirió desde entonces tal fuerza que marcó la política de los medios de comunicación. Además, determinó el modelo a seguir en la forma y manera de hacer televisión, por lo que el gobierno no resistió entrar al área comercial.

El sector público avanzaba por el apoyo del sector privado, sin embargo, la alianza duro poco y vino la disputa por la hegemonía. Sector Público contra Sector Privado, los medios de comunicación jugaron un papel muy importante, porque el Sector Privado quería tener el control en áreas políticas, sociales y económicas, culpando al sector gubernamental por el desempleo, inflación y reducción del gasto público. Echeverría contraatacó al intentar nacionalizar la radio y la televisión para un mejor control social.

El grupo TELESISTEMAS DE MÉXICO formado por la familia Azcárraga con inversiones en radio y cine, como propietarios del canal 2, el grupo O'Farrill dueños del canal 4, la familia Alemán del canal 5, ambos empresarios del periódico Novedades, no cedieron a la presión del gobierno y optaron por unirse en una sola razón social anónima: **TELEVISA**. Fue entonces cuando Luis Echeverría logró negociar los recursos televisivos para que coincidieran con los intereses políticos propios de su sexenio y no perder autoridad, por lo cual trató de controlar las concesiones y decretar leyes para los medios de comunicación ante esto, y debido al interés de la población en los medios de comunicación masiva y en específico la televisión, el gobierno presentó en la ley federal de Radio y Televisión su compromiso para proteger y vigilar el cumplimiento de respetar la vida privada de cada ciudadano y de todos en conjunto en relación a la moral, la no agresión a terceros, mantener el orden y la paz pública, además de implementar un sano entretenimiento, reforzar los valores nacionales y las buenas costumbres, las cuales se hacían elementales para no perder el control de una población que se disparaba a un nivel de natalidad acelerado.

En el gobierno de José López Portillo, México enfrentó una fuga de capitales y una enorme especulación que aumentó cuando el banco de México se retiró del proceso económico que golpeó al sistema financiero mexicano. La lucha por la hegemonía en México, Sector Público contra Sector Privado, se agravó con la creación del Consejo Coordinador Empresarial (CCE) como entidad autónoma. López Portillo retomó la estrategia de democratizar el sistema de comunicación, con la idea de otorgar un acceso igualitario para todos los Sectores de la población. Sin embargo, enfrentándose a la problemática del sexenio anterior, se concretó, tan solo a dictaminar los derechos a la información que comprendía, conocer la realidad de los hechos o sucesos y expresar sus opiniones como un derecho mexicano de bien común, exigiendo a la empresa comunicativa privada un esfuerzo por cambiar el ámbito comercial que llevaba a realizar programas de entretenimiento, a una apertura gubernamental para cubrir las necesidades colectivas que se gestaran en ese momento. Pero, la devaluación de la moneda, que incrementó los daños económicos a nivel nacional e internacional, hicieron imposible dicha propuesta, regresando al primer enfoque, determinar el derecho a la información, dejando atrás la participación y la democracia al interior de los medios. En momentos, televisa se imponía cada vez más, aprovechando los problemas gubernamentales existentes, teniendo a su favor la falta de un proyecto político pre-elaborado que diera solución a los problemas existentes.

En el periodo de Miguel de la Madrid se instaló el primer satélite mexicano, "Morelos I", controlado por la administración del gobierno. Sin embargo, con el proceso de la privatización, como arma política, que inició en este sexenio contra la depresión económica, hubo poco interés en fortalecer la participación oficial en el sistema comunicativo. Los medios de comunicación dejaron de ser una de las prioridades del gobierno y la iniciativa privada, Televisa se apropió por completo del control y dirección de la televisión mexicana.

En el sexenio del presidente Carlos Salinas de Gortari, se continuó la misma línea de la etapa anterior, se redujo el gasto público por lo que los medios de comunicación gubernamentales, con la privatización, a excepción del canal 11 que continuó bajo la batuta del IPN, entraron abiertamente a la competencia de la oferta y la demanda de manera irrisoria, pues para la empresa Televisa no representa ni siquiera un intento de competencia. Sin embargo, se logró romper la ambivalencia de los mass-media **COMERCIAL PRIVADO VERSUS COMERCIAL PUBLICO.**

Con la venta de los canales 7 y 13 se volvió historia la función gubernamental que pretendía dar un servicio de bien común cubriendo áreas culturales y educacionales. La televisión en México seguirá con su tarea comercial.

### **1.3 HIPÓTESIS DE LA FORMACIÓN INSTITUCIONAL DE TELEVISA.**

Pasaron algunos días, las notas que había sacado se quedaron en tiempo de receso, aquellas anotaciones eran deprimentes, resulta que éramos manejados al antojo de dos poderes: Gobierno y Televisa.

Con las investigaciones anteriores podría decir que si desde un principio los medios de comunicación, en manos de la iniciativa privada, guiaron el modo y manera de producir televisión mexicana, y con la venta de esos canales se perdía toda la posibilidad de buscar el interés por el bien común.

Televisa forma o destruye a su gusto presidentes y carreras políticas. Es una gran empresa multimedia que bien podría ser la empresa del país debido a su gran capacidad de consumo. El imperio Televisa dispone en México de un poder

político, económico y cultural excepcional gracias al manejo conductual de la información.

Esta información se ofrece fragmentada debido a los acuerdos del gobierno y la empresa. La dirección de televisa selecciona la información para el 80% de la población, según el instituto de investigación, "INRA", (cable de notimex fechado el 17 de junio de 1989), de esta manera, las investigaciones publicitarias en televisión, representan en México las dos terceras partes de las grandes inversiones manejadas dentro del país

En realidad Televisa nunca tuvo competencia alguna, pues Imevisión, (ahora televisión Azteca) nunca representó un rival peligroso sino, al contrario pues el modelo televisivo fue copia fiel del gran consorcio comercial. La televisión gubernamental nunca tuvo consistencia política en la programación y en su servicio público no contó con un proyecto específico ni definido respecto al privado. Lo que sí habría de reconocer es que la empresa privada, como razón social anónima, sabe manejar este negocio y por tal realizó una estructura en su programación que define al público y el tipo de información.

El presidente Salinas puso fin a una postura de competencia absurda y privatizó Imevisión. Televisa cuenta con cuatro canales y creo que el gobierno no quisiera otorgar una concesión más a pesar que la dirección de Televisa tiene gran preferencia por el partido revolucionario institucional. Por esto los poderes públicos prefieren llevar buenas relaciones, pues la ayuda es mutua; la empresa privada de televisión ayudado al gobierno a mantener la permanencia, en respuesta, el gobierno accede a varias cosas del consorcio, como es: casi no inmiscuirse en el negocio, por un lado, y permitir la utilización del sistema de telecomunicación a precios bajos, por el otro. En los últimos años, pequeños choques entre ambos poderes se han presentado, la televisión culpando al

gobierno, éste coartando los servicios y permisos, pero con manejos muy sutiles que permiten dos cosas: la pela y la reconciliación.

Sin duda el grupo Televisa, día a día expande su mercado, ya no nada mas a nivel nacional sino aún más a nivel internacional, la red de noticieros **ECO** (Empresa de Comunicación Orbital), amplio el mercado desde 1988, logrando para 1994 transmisiones en América y Europa.

Por vía cable o vía satélite llega a millones de personas en todo el mundo. Televisa pudo percibir la grandeza económica de este proyecto llamado acertadamente **ECO**, pues como red de noticias funciona las 24 horas al día, los 365 días del año repitiendo las mismas noticias por largas horas. **ECO** se ha convertido en un próspero negocio por la capacidad de audiencia y publicidad, cobrando grandes sumas de dinero a los grandes publicistas. Televisa con esto se convierte en una poderosa entrada de divisas para el país cosa que el gobierno, por generoso detalle, tiene que consentir. La fuerza de la empresa se extiende pareciendo que crecerá aún más.

El modelo televisivo en México fue resultado de los conflictos de poder entre el gobierno y la propiedad privada, dando como resultado un medio con características meramente comerciales, debido al triunfo e influencia de particulares. En la actualidad, esta lucha se transforma convirtiéndose así. en un acuerdo mutuo que sostiene al poder del México de hoy.

La iniciativa privada, encargada del manejo de este medio adquirió tanta fuerza que fue imposible controlarla; lo único que pudo hacer el gobierno para no perder poder fue negociar las leyes en las cuales se tenía que basar para cualquier otro negocio de la iniciativa privada, además de entrar en la competencia televisiva, pero dándole un carácter social. Hoy, con dos nuevas televisoras privadas, multivisión y la nueva red 13, las cosas nuevamente muestran cambios. Habrá

que esperar para ver hacia donde se mueven.

La televisión por sus características tecnológicas, se ha transformado en un arma de dos filos: si bien por un lado puede informar, difundir y educar de una manera más clara y convincente gracias a la combinación de imágenes y sonidos, también puede, y ha podido manipular, envolver y cubrir la realidad de esa misma sociedad enajenada por lo que ve y por lo que escucha. Aquí tenemos de ejemplo; el caso Chiapas que con los calificativos de alzados, insurrectos, grupo armado, los encapuchados en lugar de Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZNL), como se hicieron llamar, daban la postura institucional de no aceptar un levantamiento armado que indicaba la inconformidad de una población abandonada por el gobierno. Ciertamente, toda sociedad requiere de un orden que regule pensamientos, nombres, significados, que deberán ser compartidos por un grupo de gente que se identifique con los mismos miembros del grupo, evitando el caos de la incompreensión por el hecho de que cada quien tenga su propia concepción de las cosas que le rodean. Pero también es cierto que ese orden tendría que ser encaminado al bienestar común de la población y con esto no se deja de lado el gran negocio que es la televisión.

Lo único malo es que las prioridades están fijadas en el crecimiento económico de los propietarios del medio, que económico de los propietarios del medio que han llevado la posibilidad de la comunicación masiva a un entretenimiento simple y sin calidad pero con un alto contenido comercial. El medio permite y favorece la permanencia del monopolio, la creación de ideales y condiciona al público a pensar sobre todo lo que le rodea, pero como buenos capitalistas los dueños se aferran al poder monopólico que, desde sus inicios, lo han venido heredando; hoy no solo el manejo del medio sino hasta el manejo del mismo talento, del arte, de la "chispa" creativa que se desgasta, dejando ver, de la manera más transparente la reproducción de tipos y estereotipos y cansados y trillados para todos.

# **CAPITULO II**

**TELEVISA Y JUVENTUD MEXICANA**

## **CAPÍTULO 2.**

### **TELEVISIÓN Y JUVENTUD MEXICANA.**

#### **2.1 FUNCIÓN COMUNICATIVA.**

Los días seguían, la vida en el mundo continuaba yendo de un conflicto a otro, las palabras que había escrito inmóviles, quedaban quietas en la conclusión, Televisa es una institución en comunicación. Las horas sucumbían hasta que un hecho hizo de nuevo tomar el cause de la observación y de la investigación: el conflicto bélico del estado de Chiapas, el uno de enero de 1994. Viví en aquellos días el proceso comunicativo que Televisa sigue para dar información de cada suceso, de aquí la duda de averiguar la función comunicativa de la empresa a la que servía. Comencé, tiempo después, a checar la teoría comunicativa en la corriente funcionalista, la comparé con la vivencia y experiencia adquirida. La mediación la encontré como salvadora de aquella laguna que comenzaba. Mi inclinación fue porque el sistema de poder (Medios de Comunicación -PRI), funcionan como motor de la sociedad en donde el primero favorece a la adaptación y al ajuste del segundo con dos objetivos: mantener y retener el poder de los que ya tienen el poder y el control y la conformidad social.

De aquí brotaron las primeras líneas. En la televisión el mensaje incluye la forma de cómo se dice y qué se dice de la realidad, además ésta orientado a ajustar el orden social para hacer prevalecer a un sistema. En otras palabras la información se encuentra encauzada para decir el qué, cómo, por qué de los hechos, siendo el mensaje el que determina la forma de comunicación.

La televisión solo ilustra la realidad, pues dentro del sistema institucional funciona mediante el control de códigos cognitivos y decodifica para explicar al público las cosas, es decir, informa sobre la información.

El mensaje está ajustado al sistema de orden que desea prevalecer; por tal motivo, el espectador está guiado a asimilar la información formando un determinado criterio por el contenido emotivo que emplea para su interpretación. La información dice de antemano lo bueno, lo malo, terrible, fascinante, inolvidable, etc., manejando determinados calificativos para que el espectador los tome como tal.

Lo anterior me llevó a pensar en el paradigma del padre de la teoría de la comunicación funcionalista, **LASSWELL**, quien estudió la comunicación de masas como un sistema privilegiado de poder que tiene una función política para la sociedad, para controlar y coesionar a esa masa de gobernados.

Fue entonces cuando toma COMUNICACIÓN DE MASAS DE MIGUEL DE MORAGAS.

## **PARADIGMA DE LASSWELL.**

QUIÉN	ANÁLISIS DE PERSONAL
DICE QUÉ	ANÁLISIS DE CONTENIDOS
POR QUÉ CANAL	ANÁLISIS DE LOS MEDIOS
A QUIÉN	ANÁLISIS DE LA AUDIENCIA
CON QUÉ FIN	ANÁLISIS DE LOS EFECTOS

Este modelo refleja un esquema de comunicación dirigida, no nada más habría que comunicar para informar, sino es estructurado y dirigido con un fin. El conflicto de Chiapas dejó ver claramente la postura del medio ante la situación política. El problema chiapaneco plasmó el miedo, la inquietud y la desesperación ante la pérdida de un poder. Hubo sin duda un control de la información en la cual solo se decía ciertas cosas de los hechos, o bien los hechos de las supuestas cosas que ocurrían. Cada medio de comunicación, radio, televisión y prensa, tenía su modo particular de decir las cosas: La técnica distinta, el mensaje el mismo. Todos dirigidos al pueblo mexicano al que habría que saciar de información ante el conflicto social y político que se presentaba. ¿Pero entonces cual era la función de Televisa, no solo en un problema en específico sino en la vida diaria de México?. Para completar ese modelo encontré los postulados de **LAZERFIELD**.

<b>VIGILANCIA</b>	Un sistema vigila la información de un hecho, de lo que se va a hablar.
<b>EDITORIAL</b>	Es lo que formará la opinión pública. Esto es, da la noticia y la forma de reacción. Esto es lo bueno o lo malo del hecho, dando para la élite de poder el manejo de la opinión pública. Esta función la ejercen los medios de comunicación.
<b>TRANSMISIÓN CULTURAL</b>	A través de los medios transmitió normas, costumbres, es decir socializó al individuo imponiendo normas sociales, vicios, valores, los imponen para que en el colectivo exista una misma interpretación de la realidad.
<b>ENTRETENIMIENTO</b>	Da entretenimiento para las masas trabajadoras, un momento de diversión.

El modelo funciona bien dentro de los medios de comunicación. Cada información sobre un acontecimiento o suceso trascendente es manejado y censurado a beneficio del poder político, al mismo para el beneficio del poder de la iniciativa privada de comunicación. Esta misma actitud de vigilancia, provoca

que la información sea encaminada para el manejo de la actitud pública, Para dicho efecto, es común encontrar la información adjetivada, diciendo así, lo bueno, lo malo, lo aceptable o no, que debería ser el hecho dentro de nuestra sociedad y aún más en ocasiones dan juicios de valor inaceptable y ridículos para que la gente los tome como suyos. Cada palabra, cada frase, cada concepto tiene en si una carga valorativa que reafirman, cambian o modifican las conductas de la masa, las normas, las buenas costumbres.

Las tradiciones son transformadas o reafirmadas por los medios de comunicación quienes ofrecen un "Conocimiento Amplio de los Actos", de ahí que los medios hagan una frase popular, una mania común, un gesto colectivo. Por otro lado, para evitar que la masa social se pregunte y, posteriormente se cuestione, le ofrece productos que distraigan su memoria, cambien su pensamiento, y lo más importante lo hagan olvidar el pesar que le aqueja. Los programas de entretenimiento cumplen esta función al distraer el pensamiento de cada televidente. Según Charles Wright, esta función, que es disfuncional para el público, es narcotizante por tener control social en el individuo logrando que cada televidente se vuelva protagonista de la serie de televisión tomando un papel de enajenado televisivo. El motivo es porque el consorcio de Televisa S.A. de C.V. ha adquirido sólida posición en los otros medios de comunicación de México.

El padre del señor Emilio Azcárraga trabajó, antes de dedicarse a la televisión, en el sistema de radio Radiópolis, con ello, Televisa es actualmente una de las principales sociedades de radio del país, es dueño totalitario de Cablevisión como televisión de paga. En el cine, se presume como uno de los grandes productores y principal distribuidor de videocasetes. En prensa los coaccionista de la empresa Televisa, O'Farril y Miguel Alemán, son dueños del periódicos Novedades editorial que, además, realiza revista y dibujos animados, para la aportación cultural Televisa. Contribuyó con el capital para la construcción del museo consagrado a la modernidad "El Museo de Arte Moderno". Cuenta con

otros ámbitos no comunicativos, pero que de ellos se obtienen grandes eventos masivos como lo son los equipos de fútbol, los cuales, la mayoría, reciben financiamiento del consorcio, al igual que la Arena México y la Plaza de Toros. Por tal motivo, la función de vigilancia de la empresa es completa, pues su capacidad de control social no se limita simplemente a un medio sino tiene influencia, coerción y dirección en los demás medios masivos, en donde aparte de reiterar el mensaje, no permite lugar para otros puntos de vista que contrasten con las del partido en el poder y en consecuencia de los intereses económicos y hegemónicos de Televisa. Difícilmente sería escapar de los dominios de Televisa dentro de ésta sociedad que nos tocó vivir.

Televisa reconstruye o construye los hechos: este quehacer reproductivo son los modelos de la realidad tiene la capacidad y finalidad de influir sobre los conceptos, en general, de los receptores frente a la realidad utilizando formas del lenguaje que faciliten la función y así elaborar un mensaje. La influencia se logra en la medida en la que al espectador se le adecua en la forma y manera de interpretar la realidad, los conceptos son colectivos en la medida que los sujetos aceptan y producen su sociedad en la cual están viviendo o bien, de otra manera, en la que ha sido culturizado.

El control social de las representaciones institucionales proporcionan conocimientos de la sociedad que ordena la forma de vida, además de dar seguridad otorgando un status social, dando estabilidad y cohesión a esa jerarquización que se vuelve confiable por la imposición de normas sociales; por lo que el gusto del público lo determina la televisora haciéndolo prácticamente homogéneo desgastando así el gusto personal.

Recuerdo esos días de Chiapas, mientras en el departamento de videotape todo era un ir y venir, mientras antes de salir al aire una imagen tenía que ser revisada, por lo menos por dos personas, en medio de esa histeria, pensé, en

contraposición, el control a la información es esencial para mantener el orden y la paz social, de lo contrario, todo sería un caos. Cada persona tendría su propia idea de la realidad, el proceso de socialización sería casi imposible, no habría un referente común lo cual afectaría al sistema de comunicación, poca gente se entendería. Si bien es cierto que para integrar al individuo a la vida social es necesario controlar la información, punto que la empresa Televisa a llevado a tal extremo que hace la realidad poco creíble. Los hechos, sucesos, acontecimientos que surgen dentro de la sociedad, muchas veces son tan evidentes que es imposible ocultar la información, sin decir que ridículo cuando es tergiversar totalmente. En este país democrático sin duda, se puede hablar y decir todo sin perjudicar a los intereses que se manejan en el país; lo malo es la técnica y el método que utiliza la empresa. La técnica desde hace años es la misma, aunque cada vez se realiza con equipo más sofisticado, pero las tomas de cámara usan el mismo ángulo, el mismo movimiento, los noticieros usan el mismo formato de edición, el mismo estilo de producción, lo que provoca la automatización de la gente. El método responde a una relación de poder; la empresa cubre los sucesos dependiendo no tanto de la importancia, y digo no tanto por que si importa pero tiene más peso la idea de "qué me interesa que el público sepa", además las notas que obviamente se refieren a la situación del país. No importa muchas veces lo sucesos relevantes como lo son ciertas manifestaciones, plantones, o quejas y bueno para ejemplificar a raíz de la guerra de Chiapas un cúmulo de eventos e información en pro al movimiento chiapaneco que solo se queda en un papel y un simple reporte. La relación de poderes entre la empresa Televisa y el Gobierno de México dan como resultado las notas de cada día, además de marcar el qué decir y cómo decirlo

En la sociedad moderna a la gente ya no se le puede engañar tan fácilmente, reitero, el **CONTROL A LA INFORMACIÓN ES NECESARIA** en toda sociedad. Lo deficiente en el asunto de Televisa es la técnica, manera, criterio y la forma de dar la información y comprobado está, en este año se han llevado a cabo varias

manifestaciones fuera de la empresa. La protesta del pueblo de México ante la hegemonía del poder se ha manifestado, dejando de ver la inconformidad de lo que ve y escucha. En este año el gobierno y el consorcio televisivo han enfrentado los resultados de una deficiencia política y comunicativa.

Por lo anterior tomando en cuenta que la comunicación es el proceso mediante el cual supone en relación el emisor y receptor con el fin de transmitir mensajes, ideas, sentimientos etc. y que se establece al mismo tiempo una interacción, una relación o un intercambio, tenemos que **TELEVISA ES UNA EMPRESA COMUNICATIVA QUE NO COMUNICA** por que se ha dedicado a la tarea de imponer ideas, valores, sentimientos etc., en mensajes reiterativos para coesionar a una sociedad, la mexicana.

## **2.2 LOS JÓVENES Y LA PROGRAMACIÓN JUVENIL.**

Con punto final, concluí la idea de que Televisa como medio de comunicación lo que menos hace es comunicar. Sin poder dejar de escribir, por las ideas que daba vuelta en mi cabeza, medité qué caso tenía los programas televisivos de esta empresa y muy particularmente, de aquellos que esporádicamente surgían y que eran de mi interés en particular, los programas juveniles. Una tarde cualquiera, de un día cualquiera encendí el televisor poniendo especial atención en el paradigma de Lazarfeld, después de varias horas de mirar la tele, después de ir al trabajo en la mañana, tarde y noche, después de ver pasar miles de personas luciendo en una foto su mejor expresión a lado de un logo por todos conocido en un gáfete quien acreditaba el acceso a esta empresa me pregunté: ¿Bueno y entonces qué es lo que hace toda esta gente? ¡Algo deberían de hacer los periodistas, escritores, productores, técnicos... en este gran negocio!. De pronto la palabra clave, "**NEGOCIO**".

Televisa tiene un interés de tipo económico inapelable, por lo que la información proporcionada incluye los valores que convienen élite compuesta por el aparato político y por una clase alta a la cual le vende espacios publicitarios. La cuestión política quedó anteriormente comentada bueno la recordaremos con solo unas palabras **COHESIÓN Y CONTROL SOCIAL**, la parte económica la empezaremos a desenmarañar.

Televisa está vinculada, como negocio que es, a un sistema económico basado primordialmente en la publicidad de la cual adquiere grandes inversiones. La televisión sin dejar su cúmulo de valores entretiene a un gran número de personas, que a su vez, recibe un mensaje publicitario que le crea y satisface necesidades, por tal la televisión en México se encuentra clasificada en "A" todo público, "B" adolescentes y adultos y "C" solo adultos; división impuesta por la secretaría de gobernación para cuidar "la salud mental" de su población y categorías bien aprovechadas por la empresa para llevar sus anuncios publicitarios correspondientes. Televisa, cumpliendo dicha ley, hace más estrecha su clasificación por canales y horarios, por ejemplo canal 2 noticieros por la mañana, programas de entretenimiento, películas, un espacio dedicado a los partidos políticos, los comerciales son promocionales de los programas de la empresa por la poca audiencia, por la tarde al entrar el noticiero 24 HORAS DE LA TARDE hasta el programa "Llévatelo" los spots son para que se lave, planche cocine mejor, todo para la señora del hogar. Por la noche, siguiendo con alguna novela y el noticiero 24 HORAS DE LA NOCHE, se inclina más por beba, coma, baile, diviértase, ahorre, viaje, no deja en su totalidad a la ama de casa; pero más se dirige a los portadores del gasto familiar, el esposo.

No quiero desechar el cambio que la sociedad actual está manifestando con la participación de la mujer, en mi caso sería imperdonable, pero, para el canal de las estrellas parece caso utópico y continúan la línea, además en México aun queda una buena parte de familias tradicionalistas, por llamarlos de alguna manera.

Pasemos al canal 5, por la mañana, unas preciosas barras que nos ayudan a recordar los colores con fondo musical, cuando bien está, o un molesto zumbido que no deja otra opción más que cambiar; por la tarde, caricaturas empezando por aquellas que veíamos de niños hasta las modernas que rebasan en mucho los adelantos científicos. Los comerciales son "chupa", "muerte", "pégatelo", "colecciona" en dulces y juguetes y lugares de diversión para los futuros hombres y mujeres del mañana a quienes la publicidad aconseja decir: "no a esa persona, aléjate y cuéntaselo a la persona que más confianza le tengas", triste revelación de la sociedad en la cual vivimos. Dando el reloj, las ocho de la noche, una tierna canción les dice a los chiquitines que tienen que ir a dormir, continuando la programación con series extranjeras para entretener a la gente joven, comerciales de "pruébate", "usa", "protéjete", en fin, todo para un sector inquieto de la población, los jóvenes, a los que le dicen en un promedio de 2 horas siete veces, "si se previene no hay delito que perseguir". lamentable declaración de una sociedad que sufre problemas de la capacidad de consumo por desempleo y el alto precio de las cosas.

Cambiamos al canal 9, comenzando el día de lunes a viernes de 8:00 a.m. a 12:00 a.m. con la transmisión de telesecundaria, programas educativos que desde hace varios años se ven por este canal. Después retransmisión de novelas y programas cómicos. Por la tarde y noche películas. Un noticiero llamado "Muchas Noticias". Películas y más películas, la publicidad en todo el día es variada pues anuncian desde una lavadora Acros, una paleta Sonric's, un condón Sico, una casa, revista, lo que se tenga a la mano, bueno eso hacen suponer.

El canal 4 el que menos comerciales tiene porque la publicidad está incluida en la programación de CVC, espacios en el que se presenta el producto en las cosas más obvias, por ejemplo una pluma que pinta, un arete para lucir en la oreja, un reloj que da la hora, todos a precios caros que aumentan su costo por la suma del iva más N\$15 por el gasto de envío. Este tipo de anuncios son interrumpidos por uno que otros programa de entretenimiento como los domingo a las 23 horas, llamado "En la Jugada".

Con lo anterior, se llega al punto de que Televisa presta sus servicios a las empresas publicitarias lo que como consecuencia la elaboración de un programa con características de un producto comercial perdiendo en interés de realizar un programa para el bien común que eduque, informe y ¿Por qué?, no entretenga.

Es cierto que el espectador es quien elige el programa y el tiempo de ver la televisión; también es cierto que el monopolio institucional de Televisa es quien marca pautas, determina el gusto y encamina al espectador hacia donde más le conviene.

El presidente José López Portillo trató de decretar en la Constitución Mexicana una ley que marcaba el derecho igualitario para todos los sectores de la población, es decir, una ley que permitiera que trabajadores, como empresarios tuvieran su propio espacio televisivo que atendieran a las necesidades de su grupo pero la depreciación económicas que se vivía en aquella ,poca, como la devaluación de la moneda, determinó que solo se dictaminara el derecho a la información como una de las garantías mas de todo ciudadano mexicano. La televisión privada, aprovechando los problemas gubernamentales por los que atravesaba México, ganaban terreno por ser un medio de comunicación de gran difusión y credibilidad que podría dar respuesta a la situación del momento.

El derecho de la población de ser informados perdió interés para la dirección de Televisa, pero sin embargo tenía que cubrir de una u otra manera por solidaridad con el sistema político. Resulta que los cometidos educativos y culturales sí se realizan pero en horarios de poca audiencia, por el escaso ingreso económico que presentan. Las series de entretenimiento, telenovelas, musicales, están en horarios con más audiencia manejando valores a conveniencia del consorcio.

La televisión de Televisa se produce con fines de lucro, segundo con una orientación política y social, misma que se consigue, como lo marca el modelo de Lazarfel, por la vía de la repetición, pues quién no se percató que al menos en el área de noticias es la red repetidora más grande del mundo, y aquí un paréntesis; sin tomar en cuenta ECO, que cada hora da las mismas noticias, a veces con diferentes palabras, pero con el mismo contenido de imagen, se tiene que contar con una Jefatura de Información que alimenta a todos los noticieros de la empresa. En cuestión de información fresca se tiene "24 horas de la tarde", abre con las nuevas noticias de la mañana a nivel nacional e internacional, "Muchas Noticias" las retoma más alguna nota más que ocurra en el transcurso de tarde; "24 horas de la noche cierra con un corte de noticias del día, diciendo un avance de una nota tipo "BUM" a las cinco de la tarde, que para las 10:30 siguen manteniendola como noticia; se acaba el día entrando "AL DESPERTAR" con las mismas noticias que el licenciado Zabudovsky ha dado, más algún hecho que ocurra durante la madrugada, con las variantes y trucos de los noticieros, de que sí uno salió con voz del reportero, la otra sale solo la imagen, pero con el contenido intachable, hasta aquí cerramos el paréntesis.

Utilizando un patrón de creencias increíbles el Televisa y el partido en el poder hacen aceptable la realidad como por ejemplo, el que es malo es malo y tratan de demostrar con imágenes su maldad; el hecho más reciente es el enfrentamiento en la delegación Zaragoza del que se olvidaron conscientemente

del trans fondo político que encerraba, se manejó como rebelión por parte de un grupo de gente que era, en ese momento lo peor.

Con lo anterior se podría explicar la despreocupación gubernamental por vigilar el cometido cultural, educativo e informativo. No importa y menos en este momento en el cual el poder político en México, sufre un shock nervioso" para los tan llamados "Dinosaurios", como se les ha denominado a los últimos cuatro ex presidentes de México, parecieran que regresan a la prehistoria en donde como en Parque Jurásico, nunca debieron de salir para el bien de la humanidad y en éste caso, del partido revolucionario institucional.

Por lo anterior no cabría duda de que Televisa si difunde cultura, en cada Telenovela, favoritas de las familias mexicanas, la clase de cultura ya antes dicha, a favor de una élite comercial y otra política. En medio de esta situación se produce también los programas juveniles.

Antes de continuar explicar, lo que entiendo por jóvenes. Los jóvenes son todos aquellos que cursan preparatoria, carrera técnica, universidad o bien acaban de terminar la licenciatura, también aquellos que fructúan entre los 16 y 30 años. Estas edades fueron elegidas por que apesar de que hay 15 años de diferencia, se pueden conjuntar ideales y inquietudes, esto según la psicología conductual y freudiana marcada dentro del curso de "Psicología Social" impartido por el profesor de la UNAM Jaime Suarez.

De los programas para jóvenes que ha elaborado Televisa en las décadas de los ochentas y noventas mencionaremos:

**TU A ALGUIEN LE IMPORTAS** En el canal 9. Exposición de problemas con participación de especialistas en el tema y algunos jóvenes.

<b>VIDEO COSMOS</b>	Programa que informaba sobre distintos temas dirigidos a un público primordialmente joven.
<b>ESTRELLAS DE LOS 90'</b>	Concurso musical en busca de nuevos valores juveniles.
<b>IMAGEN DIGITAL</b>	Programa de videos musicales.
<b>VALORES BACARDI</b>	Concurso musical.
<b>GALARDÓN A LOS GRANDES</b>	Programa musical de espectáculos que incluyen la entrevista de algún cantante.
<b>EL PLANETA</b>	Programa de videos e información artística.

Actualmente los programas juveniles de entretenimiento hechos por Televisa.

<b>EL CALABOZO</b>	Programa de entretenimiento.
<b>PUNTO X PUNTO</b>	Noticiero Transmisión de lunes a viernes con un horario inestable que fluctúa entre las 23:00 a la 1:00 bajo la conducción de Jesús Díaz y Ramón Frago.

Noticiero juvenil que al principio lo que menos tenía era un toque juvenil. Ahora, al año de transmisión el programa a mejorado en mucho, a renovado el concepto de noticiero y más aún con un estilo joven. Incluye secciones nuevas como de computación e ideas renovadoras como el teléfono electrónico (mensajes que deja el público en una grabadora y que posteriormente se pasa al aire no es como los mensajes que las telefonistas reciben y lo pasan por escrito).

Un punto más a favor es el grupo de producción, reporteros y redactores que tienen una característica en común, la juventud.

<b>OTROS</b>	Los programas extranjeros (de polémica o series) que también sirven para entretener a los jóvenes.
--------------	--

Concluyendo, en Televisa se ha hecho manifiesta la preocupación de crear programas para jóvenes empezando bien con "Tú a Alguien le Importas", y con Luis de Llano "Video Cosmos, programas que tenían mucho de rentable y poco de criticables. Lo que aun no he comprendido es cómo una empresa integrada por jóvenes, en su mayoría, no tenga programas para jóvenes. ¡¡¡Triste caso para todos los jóvenes !!!

### **2.3 MANEJO DE INQUIETUDES: REPRESIÓN Y CENSURA EN LOS JÓVENES.**

Televisa es una empresa integrada por jóvenes encargados de la elaboración de un de un producto televisivo para un público predominantemente joven, por lo que la represión y censura se encuentra al interior y al exterior de la empresa.

Antes de continuar debo advertir que todos los nombres utilizados fueron cambiados con la finalidad de prevenir una represión por parte de los compañeros y tal vez una censura por parte de Televisa. Comencemos pues con el interior.

Al llegar, en mi primer día de trabajo todo era maravilloso por la novedad, que presentaba, cada día había que aprender algo nuevo y fue la experiencia cotidiana la que dejó en mí, esa experiencia de sentirme atada en mi propio medio ambiente, la comunicación empece a comparar esa sensación que sentía con otra gente, otros compañeros, otros jóvenes.

En videotape cierto día se suscitó una pequeña plática en torno al amarillismo en el proceso de edición, la confrontación de ideas se refería a por que a los editores casi, casi nos decían qué imagen poner y cómo ponerla, que cómo era

posible que muchas noticias no fueran dadas a conocer, y que hora, por el nuevo contecer del mundial de fútbol 1994 en Estados Unidos, Chiapas había perdido importancia por encubrir un interés de tipo político.

Pablo Emilio, operador de videotape, seguía insistiendo en el por qué con cada candidato a la presidencia de México había que tomar casi, casi el número de seguidores que deberían tener dependiendo del partido al cual pertenecían. Por qué no se exhibían los cadáveres de los accidentes, porque eso era amarillismo, le decía que a lo mejor era estar vinculado con el morbo, y que bueno, el hecho que nos digan como editores que hacer era con el fin de estar acorde con un diálogo que leía el conductor, pues sería antiestético e ilógico que se hablará del presidente de los Estados Unidos, Bill Clinton, en la Casa Blanca y saliera en traje de baño en Hawai, tomándose un coco en las rocas. Le explicaba que si los muertos no salían era por dos motivos: uno respetar la privacidad y el luto de la familia afectada, dos, porque a la mayor parte del público pese a que se dice que los mexicanos son morbosos, curioso y chistosos (por tal, el éxito de periódicos como el "Alarma", y "-Por Esto!"), en televisión ese tipo de escenas son demasiado violentas para el público adulto y más aún para el público infantil. ¡¡¡¡claro está ¡¡¡¡ las caricaturas son más sarcásticas que los mismos actos criminales existentes pero, pese que le debatía, en el fondo, Pablo Emilio tenía razón, porque en él había una gran verdad. Porque sí la Secretaría de Gobernación había decretado la clasificación de audiencia por qué entonces cuidar la imagen, acaso sería porque la imagen dice más que mil palabras; sería, pues, porque la imagen es un elemento que mejor plasma la realidad la realidad. Solo lo pensé yo, Pablo se quedó un supuesto amarillismo manejado como símbolos de ocultar la imagen, como sello de represión y censura.

Televisa Chapultepec ha construido un nuevo edificio con la estructura de Plaza Comercial, cuyo fin es reunir a todos los departamentos reunidos dentro de la producción televisiva, videotape, audio, central de vídeo, estudios, cabinas,... En

videotape se rumora que en el nuevo edificio habrá cámaras y micrófonos escondidos, dicen que la censura y la represión para todos estará a la orden del día. Me quede pensando en lo terrible que sería esa situación, realmente aterradora comencé a divagar por un par de días.

Mientras pensaba me encontré con una vieja compañera, Marcela; hablábamos de viejos tiempos, de tiempos nuevos, nuestros tiempos, de aquellos ideales guardados en la universidad. La plática empezó por las cosas más triviales, las más simples y, subiendo poco a poco de color, llegamos hasta la censura en una mesa de redacción; recordando experiencias como redactora, rébatíamos el cómo la noticia se maneja a través de la palabra, ¡¡¡TERRIBLE COSA ¡¡¡, ella, Marcela, insistió en definir censura y represión.

- "Mira entiendo por represión aquello que te impide hacer para evitar que te rebeldes, ciertas normas o reglas que el sistema te impone, llámese este gobierno, empresa jefe o hasta tú mismo. Hay también distintas clases y niveles de represión ya sean verbales o de actitud. A mí, creo, que nunca me reprimieron a lo mejor porque nunca tuve las características de lo que comúnmente se conoce como "Grilla". He tenido distintos jefes. Te puedo decir que muchos de ellos no dejaban desarrollar a su gente, pero creo que en ese sentido he tenido suerte. Me tocaron jefes buenísima onda, me ayudaron en la época de estudiante y no afecto el trabajo la escuela. Pero eso si todo dependía de cómo respondieras en el trabajo y el grado de colaboración y disposición que tuvieras".

Me acomode en una posición más cómoda, pues la plática se oía laaarga. La escuchaba con atención, el asunto se ponía interesantes. Marcela proseguía:

- "Pero hay también quienes te dan el tiro de gracia. En una ocasión, tuve a un jefe, que todavía anda por ahí, que le gustaba imponer su santa voluntad.

Conmigo nunca se metió pero con mis compañeros sí. Si alguien llegaba tarde se portaba muy sangrón, hacía ¡un drama!, no aceptaba excusas, pretexto, aunque fueran solo explicaciones de los hechos. En una junta, él dijo que él era el jefe y que se hacía lo que decía nada más eso, por ser el jefe, en otras ocasiones hasta groserías decían. Muchas veces, el reprimir va acompañado de la educación que hayas tenido. Cuando te encuentras con un jefe "Machista", la situación para la mujer es embarazosa, molesta y hasta te dan ganas de partírle la cara al ¡imbécil! en este sentido, el represor busca algún pretexto para "enchincharte" la vida y si no lo encuentra lo ¡inventar! En cuanto a información como se ha de suponer, la represión existe para controlar el monopolio. Los redactores la única represión que sufrimos es en cuanto a seguir una línea ideológica y de estilo, la información se nos da con lo que debemos hablar y decir. Por el hecho de que solo decimos dos o tres palabras no hay mucho problema. Además la represión el tiempo es factor importante para no tomar en cuenta si lo que te censura tiene alguna carga ideológica".

Después de esta larga plática, terminamos en una cafetería tomando café, como para no dormir en ocho días. La noche hacia su entrada triunfal. El cansancio ganaba la batalla, pagamos la cuenta y desaparecimos de la zona del centro de la ciudad. Pasó un día, otro y otro, pasaron, más bien, varios días, realmente no recuerdo el número de días, pero fueron varios, antes de toparme en el sistema "BASYS" con Rodrigo. BASYS es un sistema de computo que permite el manejo y recepción de todo tipo de información útil en un noticiero y por dichas características es la columna vertebral de Televisa Chapultepec. Pero continuemos, Rodrigo es un redactor asiduo de ECO, con temperamento, carácter fuerte, impulsivo, guardado en un estuche de galán EMPEDERNIDO. Rodrigo es, según él, un medio incomprendido social, pese a que la mitad de la empresa ,muere por comprenderlo. Aquella vez, comenzamos a no dejarnos trabajar, nos molestábamos con el comando mando-ENV (sistema de

comunicación inmediata por computadora de usuario a usuario). Pura trivialidad, solo cosas vanas del medio, hasta que le pregunte que si me respondería algo indiscreto y le dije:

- "Te sientes reprimido?."

Desde mi lugar, podía verle frente a la terminal; con aplomo de hombre de verdad, se me quedo viendo, encendió un cigarrillo, dio una fumada, y otra, hasta que muy decidido, se cruzo de piernas y dijo:

- "No, por que soy hombre y los hombres somos más inteligentes que las mujeres, los hombres tenemos el derecho nato de mandar a las mujeres."

No pude contener la risa; sin duda una chispa feminista salió y seguí riendo. Explique que no, que a esa clase de represión no me refería que hablaba de la represión a la información, que me hablara de la censura que él había experimentado como redactor, pues como hombre ya había, para mí tela de donde cortar. Apagó su cigarro que ya para esas alturas solo era una pequeña colilla, con una sonrisa desagradable, ¡ah! porque Rodrigo a pesar de ser tan guapo sonreía y se reía de una manera realmente aterradora, macabra y por que no, ¡hasta diabólica!, cosa que le quitaba el tono de seducción al asunto pero él continuo:

- "No podemos escribir lo que nosotros queremos escribir, lo que queremos y pensamos. Hay una serie de instrucciones generadas por los coordinadores de ECO o por el vicepresidente de noticieros, en las cuales nos dicen las notas que se deben manejar, de quién podemos hablar y de quién no, ¡aaah! pero eso si no debes meterte ni con el ejército ni con el presidente. Realmente la información la redactamos y la manejamos a criterio de ciertas gentes, por ejemplo lo de Chiapas, cuando empezó el movimiento, no se podía reconocer como ejército,

como grupo y mucho menos como guerrilla, por que habría que decir porque peleaban. No se podía reconocer como nada. Mira, desde el momento que se escribe se maquilla y suaviza la información, la problemática de México; además, no solo las cuestiones internas sino también a nivel internacional, no se puede hablar, por ejemplo, del rey de España, del Perú, por los vínculos diplomáticos que se sostienen con países, no así como por ejemplo, Bosnia y África.

Rodrigo concluyó se aportación a esta memoria diciendo:

- Ahora me toca a mí hacerte una pregunta indiscreta, una pregunta que le incomoda a cualquier tipo de mujer, una pregunta realmente indiscreta.

Poniéndome de mil colores acepte contestar la terrible pregunta.

- ¿Cuántos años tienes?. Dijo con su sonrisa macabra.

Me vi obligada a contestar sin censura ni represión.

Llegue temprano era un día nublado casi nada se veía y no había nada que hacer, por lo que me puse a teclear sin rumbo y sin fin. Un tipo que jamás había visto, se acercó a mí para platicar, lo cual no me dejo opción más que para ¡platicar!. Comentábamos lo mas trivial, que si la moda, que si la edad, que si esto, que si el otro. La plática empezaba a aburrir, provocaba cansancio, sueño. Comence a preguntar yo, con ese vicio típico de los periodistas, acosaba, preguntaba y re-preguntaba, aquella charla comenzaba a tomar color, empezaba a despertarme a quitarme las legañas de aburrimiento que ya se desbordaban en mí apariencia. Así es como dijo:

- Realmente, yo como cablista no he recibido dicho censura y represión, no creo que en cuestión de cables no hay tal, en mi vida dentro de la empresa solo una vez, nos han traído checaditos, en la época de presidente Miguel de la Madrid, ahí sí, cada cable debería de estar autorizado por gente de peso, gente que

decida el caudal ideológico político de la información. Solo esa vez, de ahí en adelante que recuerde, nada.

La evacuación de lagañas al parecer fue en vano, la plática término rápido, pude seguir enconchándome, le dije lo que se dice en esas situaciones:

- Mucho gusto. Bueno tengo que irme. Realmente tengo miles de miles de cosas que hacer. Me es imposible continuar con la plática. Lo siento mucho. adiós.

Escapé y decidí ponerme a trabajar, -por fin!. Ese día topé, sin querer, con un problema de audio mal grabado, lo cual me obligó a visitar el departamento responsable; llegué expliqué a Leonardo el problema, él escuchaba y actuaba con el fin de responder la problemática que se presentaba al momento. Pasaron más de quince minutos, sin pensar, el tiempo había pasado volando, entre comentarios, críticas, pláticas referentes al sistema.

Leonardo nunca dejo escapar su experiencia a la represión y a la censura, divagaba con paráfrasis, con palabras rimbombantes, pero que contenían en lo hondo de un sonido su forma de pensar:

- "En la labor cotidiana de un periodista, su participación autónoma de hechos transcendentales es objetiva y analítica la visión que alcanza, en margen de su criterio. El término censura, en los medios masivos de comunicación en México, se asemeja a un filtro observador que selecciona y cataloga el tiempo, dirección y secuencia a la cual se proyecta una información, misma que siempre influye en la vida social que se desarrolla en un país. Así, en México, es reprimida dicha información por la censura jerárquica que es impuesta por el monopolio gubernamental que asesora la imagen política-económica activa socialmente. Es decir, una información relevante que infiere directamente en un sector de la

escala social es retenida hasta que miden consecuencias para caracterizar una opinión. En conclusión, la labor periodística es transcendental para la historia y el presente de un país y se condiciona con el margen de los hechos, causas, dirección logística e intención de evento, para así, sobrepasar el filtro imperialista de la censura".

Mientras Leonardo le daba vueltas al asunto, mientras lo escuchaba, pensé para mí propio yo, el por qué sabiendo las cosas no dejaba escapar los ideales y derechos que ambos creíamos eran funcionales, por qué él era su principal represión y su principal censura. De pronto Leonardo dijo algo que llamo mi atención:

- Así es que si tratas este tema hazlo con cuidado, por las fisuras que hay en carácter de jerarquías. Acuérdate que ganas a un enemigo si tú mismo lo atacas en la clave de su éxito.

Bueno, después de lo anterior, era importante preguntar y cuestionar al productor, formador y estilista de la noticia, el reportero. En uno de esos días, de los cuales realmente no hay trabajo porque, raro, el mundo se había portado bien. Topé con la presa esperada, un reportero. Jorge Fuentes tenía casi 17 años ya en el negocio de la noticia. El encuentro fue casual, fue un accidente vivencial, un error de cálculo, un tropiezo que provocó la caída de la barrera del desconocimiento y nos presentó dentro de la empresa.

Todo comenzó por una impresión que no debería de haber mandado a esa impresora y la mandé, justo, en el momento que esperaban los últimos cables de la última noticia. Yo ignoraba su presencia, estaba muy lejos de pensar y de ver en el problemón que me acababa de meter. Él, con tono serio y molesto, gritaba y caminaba de un lado a otro diciendo miles y miles de amenazas en contra de mi persona, estaba verde, lucía un verde amargo que le dejaba el coraje por el

que pasaba. Según me contó una chica nadie decía nada, toda la gente solo observaba una a una de sus reacciones. La gente, los compañeros de trabajo, los cuates se comunicaron, me localizaron en este bloque comunicativo, advirtieron del hecho, aconsejaron, me pusieron en sobre aviso de lo que debería de hacer y de lo que debería evitar. La opción que tomé fue la de esperar, esperar que él se fuera y entrar por mis copias. Pasado algún tiempo, entre por lo que era mío. Entre por aquellas hojas que decían y plasmaban varias de mis experiencias. La gran sorpresa me inquieto, mi vida en papel no estaba, busqué arriba, abajo, aquí, allá, fue inútil, las hojas no estaban. Paso otro y , ya resignada, me disponía a checa en pantalla, abrí la terminal y un llamado urgente decía: "yo tengo tus hojas, comunícate conmigo". Asombrada, perpleja e idiotizada me quedé, decidida a no dejar escapar mi trabajo nocturnal plasmado en aproximadamente 33 hojas. Era tiempo de irme y me fui. Pensaba en regresar era la hora y regrese.

Como había dicho, me comuniqué con él, esperando el peor de los recibimientos. Firme y decidida me enfrente a aquel terrible monstruo. Me dijo que lo esperara, me dijo que lo esperara en X lugar, lo hice, de pronto llegó y con una enorme sonrisa se presentó. Quedé perpleja por tanta amabilidad, realmente, no me lo esperaba; al parecer habíamos hecho las paces, se gestaba, en ese momento una nueva relación, un nuevo interés, un nuevo personaje para la tesis, había encontrado al reportero reportero. Empezó a romper el hielo, dijo que había leído la tesis y que había despertado en él cierta simpatía paternalista, dispuesto a ayudarme sobre represión y censura comenzamos nuestra plática alejados del medio, del mundo, del ajetreo. Hablaba sobre su trayectoria, su vida periodística, su opinión sobre el medio, algunas de sus experiencias. Yo solo escuchaba, veía reacciones, observaba movimientos:

- "La represión y la censura dentro de la empresa Mmmmm, bueno habría que platearse que se entiende por una y que se entiende por otra".

Esa vez no dijimos nada fuera de lo común. Esa vez, ambos teníamos cosas que hacer, nos despedimos y quedamos de compartir puntos de vista otro día. Ese día tardó, y tardó, y tardó hasta que por fin llegó. Tenía miedo de que él, Jorge, olvidara quién era y que lazo intelectual y de controversia lo unían a mí. Fui a buscarlo, sabía en dónde encontrarlo, sin más, un buen día lo quise buscar y lo encontré. Para esos largos días ya me había olvidado de esos enormes ojos negros, esas escasas pestañas, esa tupida ceja y sobre todo no sé cómo pude olvidar esa mirada áspera, seca, dura e hiriente. La voz fuerte, áspera, recuerdo que lastimaba los oídos, pero el interés de una amena plática hacían olvidar la molestia. Esa mañana, retomamos la plática, el no dejaba de alimentar la vanidad, el ego, el yo, yo, entre cada punto contundente salía a relucir un verbo en pasado: "yo fui", "yo hice", "yo estuve", yo, yo, yo, y más yo. La plática giraba en torno a un tema interesante, su experiencia, esos largos 17 años resumidos en unas cuantas palabras. Los días pasaban y el trabajo cada día era más pesado lo que nos obligo a continuar por escrito nuestra charla. Él, un buen día me escribió un mensaje en la BASYS, bueno y aquel mensaje decía: "Tengo algo para ti, ven a recogerlo y espero te sirva", después de leer ese mensaje fui corriendo a dicho lugar a recoger lo que según él me pertenecía: tres hojas de papel, salí de ahí y casi de inmediato empecé a leer. Textualmente la carta decía así:

Diana Patricia :

La censura y la represión son muy diferentes pero casi siempre vienen juntas. Aunque veo difícil señalar parámetros me parece que la censura tiende a singularizar: se expresa de manera más o menos particular en cada caso y la

represión afecta en forma más organizada, más sistematizada o generalizada, de alguna manera. Profesionalmente la C. que he encontrado ha tenido mucho que ver con la forma de expresión de las ideas.

Independientemente de los aspectos psicológicos la R. es o suele ser más brutal que la que con frecuencia ofrece argumentos a su favor. Profesionalmente me siento mejor en un medio donde tengo que luchar contra la C. y no contra la R. sola o acompañada.

Labrando en una significativa variedad de medios masivos de comunicación se puede confirmar que los temas o asuntos que son objetos de la C. resultan diferentes. Pero a fin de cuentas lo que prevalece en todos los medios igualmente, es la existencia misma de la C. pues la verdad es que no, hay medios que estén verdaderamente dispuestos a abrir sus contenidos a **todo tema presentando abiertamente a fondo**. Al menos no con el mercado formal de medios masivos de comunicación: prensa diaria, semanal, etcétera. En los medios concesionados la cosa suele ser más difícil. - aunque últimamente en la radio capitalina se está dando un caso de apertura por demás interesante -. también es cierto que existe una importante prensa marginal. Sin embargo el punto es que mientras más poderosa e influyentes, los medios tienen en todas partes a proteger al inefable statu quo.

Es fácil saber porque: la sociedad se resiste al cambio, por que no está preparada para despojarse de toda su historia llena de egoísmo, ignorancia y superstición.

El mensaje oficial aniquila los anarquistas. Les llama sinónimos de caos. Con ello aterra a los niños que, adultos, siguen llorando por la presencia de papá y mamá.

¿Qué debe decir de una sociedad que "arregla" sus conflictos mediante una "justicia ciega", que en realidad es una justicia "muda y sorda"? ¿Es un triunfo social incrementar las ventas mundiales de Coca Cola 20 por ciento especialmente entre jóvenes y niños?. ¿Queremos correr para escapar del fecalismo al aire libre?. ¿Nos urge el aire acondicionado para poder disfrutar mejor malboro?. ¿Necesitamos pantalla de alta definición para el noticiero con las imágenes de Ruanda?. ¿Cómo esperar que el vaticano regale condones con la efigie amorosa del santo padre?. ¿Cómo explicarte todo esto a una mujer, negra de alguna otra minoría racial, pobre y madre?. ¿Cómo, si seguimos siendo los mismos niños pegados al maldito cordón umbilical.

En mucho se parece la censura y la represión; son fáciles de provocar...."

La carta seguía, y seguía, y seguía y seguía mientras yo tenía preguntas que hacer y el cosas que decir. Pero comprendía en cada párrafo su simplificación gramatical, usando la "C" me la marcaba para indicar censura y la "R" para referirse a la represión. Estrictamente leí cuatro hojas, pero entre líneas podrían ser miles. Mi ahora conocido, estaba de acuerdo conmigo, apoyaba mi teoría aunque en muchos casos no mis fundamentos. Continuamos viéndonos, continuábamos discutiendo, repelando, luchando y en el camino poco a poco conociéndonos. Releía la carta una frase que ahora recuerdo era y es el fundamento de estos cuatro capítulos.

**"¡Claro que hay buenos motivos para "suavizar" la censura!. El asunto es: ¿Quién correrá el riesgo?. Cristo trajo la buena nueva y mira como le fue."**

A Jorge lo había tachado de ególatra, pero ahora sé que la primera impresión no es la que cuenta, sino aquella que nos deja ver el tiempo. Jorge es un periodista, una gran persona y presume de ser un inolvidable ser humano.

Después de meditar aquellas palabras, aquellas líneas, aquellas ideas, empecé a escribir.

La respuesta yo creo tenerla: los jóvenes. Aunque en ese punto no quiero que se me malinterprete. La censura podría ser un sistema comunicativo de coerción social, en donde se tiene que seguir una misma línea para no permitir salirse de un orden impuesto, en resumen es el que parte de la verdad se dice y que parte se guarda, se anula o simplemente se quita. Además con los cambios políticos, económicos y sociales que vivimos, la censura resulta ser un arma de dos filos: por un lado mantiene, aparentemente una paz social y por el otro en la medida de que la gente vive cotidianamente la situación real, ya no se traga tan fácil el cuento de que "México sigue en pie", "El progreso de México" y tantas cosas más. He comprendido hasta aquí, que el medio solo reprime ideales creando otros en nosotros mismos, he comprendido que la represión no es tan fuerte como pareciera, que la represión se da a nivel de manejar nuestros valores, a nivel de envidias que en lugar de engrandecernos como personas nos destruyen como seres humanos.

La represión por su parte corresponde a todo aquello que se puede hacer y que se puede hacer. Este término se manifiesta en las reglas de la propia empresa que en parte trata de mantener un orden en la conducta de cada uno de sus empleados. La represión no la ejerce prácticamente la empresa misma sino es un círculo vicioso que se ha hecho de empleado a empleado, pues lo que más cuidan y mantiene esa represión son los compañeros mismos.

Descubrí también que a veces la empresa no reprime y por qué no tampoco censura sino quienes marcan las líneas ideológicas a seguir son los otros, los compañeros, los jefes, los inseguros, los que temen día a día perder su silla, por su incapacidad intelectual y su inutilidad humana.

Pero bueno al respecto que pensarán las cabezas de vacas de este gigantesco negocio, fue mi duda final, quién manda sabrá el por qué de la censura y represión en primera instancia a la información y en consecuencia a la juventud de Televisa.

Con todo eso comprendí que la censura y represión entró de los medios de comunicación se da a todos los niveles. Sin duda todos los jóvenes somos controlados y manejados.

El sistema político indica, como una de las garantías de libertad, que ningún ciudadano pueda ser objeto de la represión alguna por expresar su pensamiento  
¡¡¡¡¡! C L A R O ¡¡¡¡¡!, frase muy bonita pero poco creíble.

Otra de las formas de represión y censura que me ha tocado vivir no ha sido a nivel ideológico pero sí a nivel teórico práctico por que los mismos modelos comunicativos utilizados desde hace ya un buen tiempo. Desde cada puesto ejecutivo aquí hacia sus primeros pininos, siguen imponiéndose.

La gente de mayor rango no quiere cambiar sus modelos comunicativos, no permiten el cambio por las mismas complicaciones que pudieran traer la transformación. Pareciera que es una guerra de colores, en dónde los que más claros son los mejores. Traer el cambio implicaría, a lo mejor cambiar de puesto o por que no de empresa.

En la última página de mis recuentos laborales no se me ocurre otra cosa más que escribir: la censura y la represión es, en el ámbito estricto, un hecho cotidiano, por su forma, es una crisis nacional. La gente no puede ser menejada al antojo de algunos, no cabe duda que los medios de comunicación y en específico la televisión necesitan una apertura al cambio, el control a la información se tendría que hacer más suave pues la gente y sobre todo la gente

joven que abunda hoy en día, es incapaz de aceptar información fragmentada o demasiado rebuscada. Sin duda, los jóvenes buscamos un lugar, un momento, una oportunidad, buscamos un **ESPACIO ABIERTO**.

Un **ESPACIO ABIERTO** con una función, una importancia y una utilidad juvenil.

# **CAPITULO III**

**UN ESPACIO DE EXPRESIÓN EN TELEVISIÓN**

## **CAPÍTULO 3**

### **UN ESPACIO DE EXPRESIÓN JUVENIL EN TELEVISIÓN.**

#### **3.1 IMPORTANCIA.**

En los días siguientes todo parecía tan normal, nadie absolutamente nadie se percataba de la importancia de un **ESPACIO ABIERTO** para jóvenes. Por lo que me puse a meditar, pensaba y pensaba y repensaba en como argumentar, en caso dado, en caso de un ¡MILAGRO!. En el remoto de los casos de que alguien, alguna gente importante dentro de la empresa le preocupara este asunto. Tenía que convencer que los jóvenes necesitamos una oportunidad, una oportunidad para decir, para reflexionar y por que no para divertir.

Tome el primer papel que estuvo a mi alcance, la orden de edición del noticiero "AL-DESPERTAR", y comence mi discurso.

Debido a que la población juvenil crece cada día más, es necesario tomar en cuenta a este tipo de auditorio. Son ellos la parte más activa de la población. Son portadores de experiencia, de transmisión de cultura. En las manifestaciones los reclamos, la moda, la mayoría de anuncios van dirigidos a la población juvenil. La importancia también radicaría en que como futuros hambres tendríamos que tener una dirección y una guía que nos conduzca. Una postura que sea creíble y aceptable para todos.

El pueblo de México es muy agradecido por los que si nos dan nuestro espacio y creemos en el mensaje es probable que respondamos de la manera más positiva hacia el sistema, no vamos contra el sistema, sino contra el manejo de la

información. También apoyamos la modernidad por que parece que todo cambia menos los modelos comunicativos que desde hace años se mantienen. Además la importancia de dar algo que sea acorde a la edad y a las inquietudes de la gente que lee el mensaje podría ser llevado y entendido con mayor claridad pues estaría abocado a sus inquietudes, costumbres y forma de ver la vida.

Fui de pronto interrumpida por un compañero, uno de esos que creen que con gritar el mundo esta dispuesto, me preguntó de manera muy cínica que hacia:

- ¡Dianita que haces ahí sentadota!.

Le dije emocionada que trataba de justificar nuestra oportunidad dentro del medio y dijo:

- ¿ Y eso qué caso tiene ?

Me dejo helada, aquel discurso tendría que tener una base funcional para la empresa Televisa y claro esta para la sociedad juvenil que defendía tanto en esos momentos tome otra orden de edición y continúe el discurso.

### 3.2 FUNCIÓN.

La función que le podría ver a una sección especializada para jóvenes y de jóvenes es que sí, se busca la cohesión social por parte del gobierno y del propio medio de comunicación esto sería la clave. Si se busca por el lado del medio la finalidad del manejo ideológico se logrará. porque estará dirigido hacia un solo lado y se pondría manejar gustos e inquietudes. Se ha dicho como se podría controlar la delincuencia, el vandalismo, los actos terroristas, y demás, pues bien lo que falta a la juventud es un punto más de coerción, pero no de censura, no

queremos que nos hagan un espacio donde poder displayarnos, donde poder plasmar inquietudes y deseos.

La importancia de la juventud de prestar la atención que merece no solo podría ser comercial sino aprovechar todo el cúmulo de inquietudes que muchos de nosotros tenemos. Dentro de la empresa hay jóvenes con ganas de hacer cosas y con todas las posibilidades para ello lo único malo es que debido a la rivalidad colorativa, y lo dijo por los gafetes de color, es algo increíble sentir que gente tan nefasta este arriba de gente que puede y tiene deseos de hacer las cosa. La juventud mexicana necesita un espacio debido a la demanda poblacional. Lo que es evidente es que los medios de comunicación y en especial la televisión que hasta la fecha se han llegado un poco a cambiar necesita un cambio, un cambio que permita nuevas opciones juveniles, acepté propuestas que bien podrían ser funcionales o no. La gente se niega al cambio, sigue modelos de antemano cuando alguien intenta cambiar el modelo hay una negativa de entrada hacia lo nuevo. La duda sería porque se le tiene miedo a ese cambio, por qué no se aceptan nuevas opciones porque la gente se tendría que esperar a ser dentro de la empresa para poder realizar propuestas que en su momento podrían ser buenas pero al correr de los años CUANDO SE PODRÍA PODRÍAN SER OBSOLETAS. La importancia de hacer caso a las nuevas propuestas y de apoyar a los nuevos valores radica primordialmente en conseguir un medio masivo abierto al cambio a la tecnología a las necesidades que se suscitan al momento, a tener el apoyo y la preferencia de un público que podría ser aficionada del medio, además parte del medio y el control y el gusto por lo que produjera la televisión sería mayor evidentemente por enfocarse a la realidad de las necesidades actuales de la sociedad.

La institucionalización ha dado permanente a la televisión, y como miembros de una clase, los empresarios reproducen la tecnología para todos sin perder el carácter oportunista. Escasamente un medio de gran cobertura geográfica, aceptación social y cultural por la emisión de imágenes y sonidos que la hacen creíble tiene forma informativa donde el emisor se concrete a transmitir un repertorio de datos sobre la realidad, se corrobore la información para que el teleauditorio sea quien decida la validez de la información según corresponda a la realidad y utilizar la comunicación televisiva para transmitir datos controlados por la descodificación partiendo de un mismo referente a la comparación del signo con la cosa, información con realidad. De esta manera se hace al telespectador miembro activo de su contexto social; en el conocimiento de los medios se necesitará **FORZAR LOS MEDIOS** dentro de la función reproductiva que actualmente se maneja. El sistema no permita la transformación total a un fenómeno llamado informativo pero si conjugar ambas funciones, como lo designa el término **INFORMAR**: dar forma al conjunto de datos, cuya finalidad es el acercamiento a los recursos o sucesos más reales, por pertenecer a una misma cultura de masa para formar y transformar los valores ya sean en lo individual o en lo colectivo. No hay rechazo en el control de la información por ser necesaria para evitar el caos. Como miembro de una sociedad organizada es forzoso un punto entre el hombre y la realidad para mantener un orden pues de lo contrario no habría organización ni sociedad, sino un caos ideológico. Esto es diferente al adoctrinamiento que busca la influencia directa de los sujetos por ser el objetivo de los sucesos de una manera tajante, en cambio habla que hacerlo de manera indirecta para dar lazos de espíritu de emergencia ofreciendo conocimiento de tiempo y espacio de la realidad. He aquí la dualidad reproductiva e informativa. Tales modelos se usaran como elementos de la realidad que conlleve a la realidad del mundo de manera más real. Actualmente el medio televisivo enfrenta una competitividad debido al auge de la iniciativa privada, que la diversidad de los canales y de programas comerciales, televisión de paga, en este medio se inscribe la oferta y la demanda haciendo un producto

selectivo determinado por la capacidad de consumo, que a la vez fragmenta el pluralismo por la diversidad de programas y desecha la utilización de la publicidad por el autofinanciamiento, pago por ver pago por evento, disminuyendo así cualquier fin sociocultural.

Hoy México cuenta con más programas y servicios para el público con capacidad de consumo no para todos, con los avances en vía satélite y cable, la televisión mantiene la función de interprete comercial y divisor social, al dar a la transmisión de programas transnacionales (japoneses, estadounidenses, brasileños), en un marco internacional más real pero menos nacional; y al producir programas especiales para los diferentes públicos, (niños, jóvenes y adultos), pertenecientes a una determinada clase social, que le interese captar para ampliar la dimensión comercial.

Se podría decir que si la televisión se va desarrollando de manera tal que el poder público no ejerce ya ningún control; fragmentado al mismo tiempo el control ideológico total por la variedad de programas y canales que dividen de igual forma el gusto homogéneo, una excesiva producción que lleve a la fabricación de productos por serie y por el futurismo de convertir la televisión iniciativa privada con control estatal no geste, sin embargo, los canales de uso colectivo no decaerán pues la televisión de paga es sectorial. No obstante el poder político y el poder de los medios de comunicación y muy concretamente la televisión, conciernen la leyes a seguir, cuidando los intereses de ambos grupos de poder.

### **3.3 PROPUESTAS PARA TELEVISIVA .**

Funcionaría como descubridor de talentos y nuevos valores esto impedirá que el medio desgaste sus recursos humanos para describir nuevos talentos y salir de la forma más fácil, de la rutina lo malo que en este congarro no quieren soltar el poder pequeño, no grande que sea que lástima que no dejen que otra gente pueda, y todo por el miedo solo de perder un puesto y poder aprovechar el talento de alguna gente que lo tenga y que sea digno de ser explotado, pero no, se encierran en su egoísmo y lo único que hacen es seguir desgastando los modelos comunicativos arrastrados desde hace miles de millones de años.

Es importante un espacio para jóvenes debido a que son estos quienes están marcando la inconformidad a la información. Es importante también, porque este sector se incrementa aún más los delitos y donde debería de haber mayor control no con el fin de enajenar sino de controlar mayor a la sociedad para mantener con ello la paz y la seguridad pública.

Una oportunidad joven dará por un lado credibilidad dentro del medio cosa que han perdido los jóvenes en México. Dará aceptación al medio de comunicación y sobre todo volverá a ganar la simpatía e interés que durante muchos años mantuvo. Además como se reitera sobre todo se apoyará al cambio contextual haciéndolo cada día más cercano a la realidad que se vive. La televisión en los últimos años ha perdido aceptación y credibilidad en hechos y actos, evidentemente el público sigue aún pegado al grupo Televisa porque a pesar de ser criticado no hay más que ver y más en un país que cruza por una fuerte crisis económica, política y social, lo que impide el acceso a la televisión de paga o bien a otro tipo de diversión. La televisión es un medio de diversión popular el cual se encuentra alcance de todos a pesar de ser criticado y destrozado por la prensa, estudiantes y público en general se mantiene debido al acceso popular

que lo hace factible a cualquier nivel social.

¡; PUF ¡; Termine con los dedos hinchados, con el cerebro vacío, con las ganas desgastadas pero eso si, con la esperanza acrecentada. Pues pese a que este discurso era solamente una propuesta, que como tal se desecha o se acepta, tenía y tengo fe de que algún día nazca **UN ESPACIO ABIERTO** para todos los jóvenes. Guarde el discurso, al día siguiente llegue temprano y empecé a transcribirlo. Todo se quedó en el sistema Basys. Al terminar pensé que algo faltaba, ¡;Mmmmmmmmm!¡;. No supe que y mejor comence a trabajar. Llegue a la casa, hice todo el ritual acostumbrado para ir a la cama y mientras me despintaba decía: " algo me falta", tampoco supe que hacer y me dormí. Desperté, tome aquellas ordenes de edición que había escrito, transcrito y que no había tirado, de pronto supe lo que faltaba; ¡; las propuestas ¡;, ¡;CLARO!¡;, la importancia y función no eran suficientes, habría que ejemplificar, que dar más o menos una idea del tipo de programación para los jóvenes. Tome más hojas de papel y comencé:

A continuación se propone un programa juvenil y varias secciones para aquellos que deseen abrir un **ESPACIO ABIERTO** de expresión juvenil. Empecemos pues con una propuesta para un programa juvenil de información, análisis y debate.

## **ESPACIO ABIERTO.**

### **TIPO DE PROGRAMA.**

En 90 minutos se buscará la participación y la expresión de todo tipo de jóvenes; el estudiante preparatoriano o universitario, el joven obrero, que tenga interés de formar un espacio donde pueda poner en práctica cualquier tipo de conocimiento, sea este manual o intelectual con el fin de informar sobre los temas que preocupan y aquejan día a día a la juventud, además de plasmar al mismo tiempo su opinión al respecto.

**ESPACIO ABIERTO**, como se le ha llamado a este proyecto, no es un programa aislado sino es una serie de programas con un mismo estilo y estructura. Modelo que permitirá a la empresa Televisiva bajar los costos de producción reduciendo el equipo humano de trabajo, pues los jóvenes como protagonistas de este espacio aportarán la capacidad creativa e intelectual, al igual que la mano de obra.

Los temas serán diversos según la demanda de los jóvenes. La estructura del programa se propone flexible para manejar cualquier problemática en diferentes ámbitos (político, psicológico, cómico..) y así ofrecer la más amplia información del hecho a la población. El proyecto se divide en tres partes con diferentes finalidades cada una; informar, divertir y discutir. Estas a su vez contienen secciones cuyos subtítulos dan la pauta para saber desde que especialidad se trata el suceso. Las secciones son independientes uniéndose solo por el tema que cambiaría en cada emisión.

La primera parte; **INFORMACIÓN Y ANÁLISIS** como su nombre lo indica, informará y analizará el tema con una óptica meramente científica por lo que sus secciones comprenden las especialidades psíquicas, políticas, sociales, jurídicas...

La segunda parte **ENTRETENIMIENTO** pretende romper con la solemnidad que mantienen los programas especializados. Utilizando este recurso se le dará amenidad al programa, se conseguirá divulgar y estipular los valores artísticos, creativos nacionales y locales. Este fragmento dará otra visión (divertida) que involucre al tema, por lo que sus secciones comprenden toda cosa curiosa que pudiera tener el tema y la parte artística como: música, pintura, danza, teatro etc.; relacionado con el tema.

Se mezclará una sección de **INFORMACIÓN Y ANÁLISIS** y una de las secciones de **ENTRETENIMIENTO**, podrían variar el orden y el tiempo según las necesidades del tema. En suma las dos deberán de sumar 60 minutos. La tercera y última: **DEBATE**. aquí todos los jóvenes que colaboraron en la realización del programa así como el público en general que asistiera, elaborarán preguntas, contestarán interrogantes durante los 30 minutos restantes. Este fragmento no tiene secciones y tendrá el lugar fijo, siempre cerrando el programa.

La participación del joven se contempla desde la sección del tema, como en cada paso a seguir en el proceso de la producción. Los jóvenes podrán participar de acuerdo con sus características y sus habilidades y conocimientos, así los pasantes o estudiantes de las diversas licenciaturas aportarán sus conocimientos funcionando como talleres profesional. También los jóvenes obreros, artesanos y otros podrán hacerlo aportando la mano de obra. Todos se encargarán de supervisar la calidad de programa así como el buen manejo del equipo de la

empresa.

## **TEMA.**

Manejará todo tipo de temas que puedan satisfacer necesidades individuales al mismo tiempo colectivas, para divertir, informar o bien reflexionar y analizar.

Esta propuesta va encaminada a informar sobre los hechos que afectan e interesan actualmente a la juventud mexicana, ofreciendo los pros y los contras, permitiendo al joven crear su propio criterio al respecto.

Se ha dicho hasta aquí, que este programa manejará los temas desde tres distintos ángulos: **INFORMACIÓN Y ANÁLISIS, ENTRETENIMIENTO Y DEBATE**. La estructura del programa permitirá manejar cualquier problema y desglosarlo de tal manera que se conozca el mismo hecho desde los distintos puntos.

**ESPACIO ABIERTO** solo manejará un tema por programa. Una vez determinado y elegido, el tema determinará las secciones de la barra programática, la secuencia y el tiempo de cada sección.

## **BARRA PROGRAMÁTICA.**

La barra programática como esqueleto de cualquier programación contiene el tipo y la secuencia en el que habrá de presentares las acciones, el tiempo de duración de cada una de ellas al igual que los cortes entre segmento y otro. La barra programática en este caso solo servirá para estructurar un programa que tenga un mismo tema.

La barra programática tiene dos finalidades una, combatir lo didáctico con lo cómico y lo cultural, informar y divertir al joven. La otra finalidad, es fungir como un producto comercial que atraiga al público por su amenidad y por la apertura ala participación colectiva e individual de la juventud, sea esta oral, laboral o de expectación.

Por tal motivo, la barra programática de **ESPACIO ABIERTO** contiene tres partes: **INFORMACIÓN Y ANÁLISIS, ENTRETENIMIENTO Y DEBATE**. Las dos primeras contienen secciones que le son propias al estilo que manejan. Utilizando el sufijo de **TIEMPO** se le da nombre a cada una de ellas con un agregado más que define el contenido de la misma. Ambas se estructuran intercalándose una y otra para dar esa variante en el tipo de nueva programación que se propone, es decir, esa tercia que sostiene: Didáctico, cómico, cultural.

La etapa de Debate es la última fragmentación de recorrido, como su nombre lo indica, discutirá todo lo expuesto. Los puntos específicos que siguen cada una de las fragmentaciones y sus secciones son:

## **INFORMACIÓN Y ANÁLISIS.**

Pretende manejar el tema desde las diversas ciencias, es decir, que se dice del hecho en distintos términos intelectuales. Cada tema no se encasilla solo en una corriente científica ni tampoco es estudiado desde una misma vertiente, se dará a conocer sus repercusiones o reacciones en las diferentes especialidades del conocimiento.

Siempre que se ha manejado un tema se tiende por lo general a ser estudiado desde una mira intelectual, estas secciones fueron elaboradas con la intención de romper con el modelo tradicional y dar a conocer los elementos más importantes del suceso en los distintos ámbitos del conocimiento científico comprendiendo la psicología, jurisprudencia, las artes, los descubrimientos científicos y demás que involucren el tema que se maneje. A continuación se presenta el nombre de cada una de las secciones de este fragmento, la especialidad en la que se abordará el tema y la manera en la que se podrá grabar, es decir, en estudio (STUDIO) o fuera del estudio (STOCK).

**ASÍ SUCEDE EN NUESTRO TIEMPO (sociología).** Tratará el tema como un hecho social mexicano. Se informará, descubrirá y documentará en la estructura de reportaje al espectador. (STOCK).

**TIEMPO NI BUENO NI MALO. (ética).** Dos personas que representaran lo bueno y lo malo utilizando los colores blanco y negro dentro de un ambiente esotérico, darán a conocer y analizarán el valor o los valores humanos involucrados en el tema. (STUDIO).

**LA LEY DEL TIEMPO. (jurídico).** Las secciones y los derechos que marquen la Constitución Mexicana respecto al tema . Se expondrá en un tribuna donde se encuentre la defensa. la parte acusadora y el acusado (que será el tema representado en objeto o prototipo ). No habrá juez ni jurado. pero si los lugares que les corresponden y los jóvenes actuarán como si los hubiera (STUDIO).

**DIFERENTE LUGAR DIFERENTE TIEMPO. (cultura).** Los jóvenes artistas mexicanos presentarán y darán a conocer en su lugar de trabajo su obra, (pintura, escultura, teatro, danza). Explicando como conciben el tema, el tipo de técnica utilizada es su obra, el material, corriente en su trabajo por cada ejemplo

se presentará un ejemplo de las cinco modalidades. (STOCK).

**PLASMADO EL TIEMPO. (heroísmo).** En entrevista, reportaje, nota o crónica se presentarán o darán a conocer lugares o personas que realizaron algo significativo en relación con el tema y por el cual se le puede dar el título de "Héroe". Aunque no importa la edad del personaje, si el tema lo permite será un anciano o un niño, esto con la finalidad de que hay un puente entre la niñez, la juventud y la senectud. (STOCK).

**LAS BUENAS NUEVAS DEL TIEMPO. (ciencia).** El joven autor explicará y dará a conocer adelantos científicos, estudios, propuestas o todo tipo de aportación científica referente al tema. La presentación y la ambientación determinará en relación a lo expuesto. (STUDIO, STOCK).

**TIEMPO DE Y PARA LOS INDÍGENAS. (cápsulas).** La forma de pensar y de actuar de cierto grupo étnico en México en relación al tema explicado por jóvenes indígenas de la comunidad. (STOCK).

**TIEMPO DE LETRAS. (literatura).** Los jóvenes escritores (novelistas, dramaturgos, cuentistas, poetas y cualquier trabajo periodístico) comentarán su obra, la finalidad de la misma, su opinión sobre el tema. La presentación así como la ambientación lo determinará el tema y lo expuesto. (STUDIO, STOCK).

**PSICOTIEMPO. (psicología).** Analizará las distintas vertientes del comportamiento y la conducta humana dentro del tema en las tres corrientes (freudiana, conductista y positivista). Se transmitirá desde la universidad de procedencia de los jóvenes estudiantes, eligiendo los lugares representativos de la escuela. Siempre serán tres personas quienes definirán el tema; el concepto, las condiciones buenas y malas, el tipo de tratamiento que sostiene cada teoría

la ubicación y costos de centros terapéuticos cada uno por separado. (STOCK).

## **ENTRETENIMIENTO.**

Este fragmento trata la parte divertida del programa. Aquí se toma el hecho desde un punto de vista gracioso se trata la temática como suceso que ocurre en un género menos formal pero más entretenido para la juventud. Las fragmentaciones de entretenimiento tratan de romper con la solemnidad de los programas didácticos que actualmente se manejan sin perder el objetivo central que es el de dar a conocer un cierto tema teniendo varias finalidades: abordar el suceso desde un punto de vista comercial en donde los anunciantes podrán presentarse siempre y cuando su producto este relacionado con el tema (films, discotecas, centros de diversión). Por otra parte el dar a conocer el trabajo manual artístico deportivo de los jóvenes (música, moda, deporte, cine) y por último integrará a este fragmento la posibilidad de poder relacionar a los jóvenes con secciones que abarquen la información de eventos especiales, anuncios clasificados, y la comunicación a nivel internacional entre los jóvenes por medio de la correspondencia (manejada esta en las revistas) ofreciendo los datos en imagen y sonidos.

A continuación se presentarán el nombre de cada sección de este fragmento con el sufijo tiempo, la especialidad en la que se abordará el tema y la manera en la que se podrá grabar, es decir, dentro o fuera del estudio. (STUDIO, STOCK).

**DATE TU TIEMPO. (diversión).** Información de los diferentes sitios de la Ciudad de México (conciertos, bares, discotecas, restaurantes, películas y obras teatrales, debuts, peñas y cafés) así como los precios, días, horarios y domicilios. Solo se presentará un lugar que este relacionado con el tema, dirigido por un

joven que ahí trabaje. (STOCK).

**FUERA DE TIEMPO. (cápsulas).** Hechos, objetos o personas curiosos de México que tenga relación con el tema. Se estructurará según lo presentado (STOCK, STUDIO).

**GANANDO TIEMPO . (anuncios clasificados).** Se anunciará a los jóvenes que comparten, venden, soliciten objetos o personas relacionadas con el tema solo de particular a particular o pequeños comerciantes. Presentados por los conductores del programa ( véase más adelante). (STUDIO).

**TIEMPO DE VANIDADES. (moda y belleza).** Las tendencias en voga, tratamientos corporales y faciales, tintes, cortes de pelo, maquillaje, presentados por los jóvenes profesionales en el ámbito desde el lugar de trabajo o academia siempre y cuando tenga relación con el tema. Se podrán manejar distintos quehaceres según se requiera. (STUDIO, STOCK).

**TIEMPO DE COMPÁS. (música y vídeo clip).** Se escucharán y darán a conocer los jóvenes solistas o grupos musicales que se relacionen con el tema. Se anejaran distintos géneros musicales presentados por el o los cantantes o bien por los compositores explicando su concepto sobre el tema. Serán por los un grupo musical comercial y otro no comercial, pudiendo combinar los diferentes géneros musicales. La estructura era entre entrevista y video, dejando la ambientación según se requerirá. (STUDIO, STOCK).

**TIEMPO FÍSICO TIEMPO SANO. (deportes).** Los jóvenes deportistas darán a conocer las reglas, el tipo de acondicionamiento físico, el tipo de nutrición, el equipo, los lugares donde se práctica. El tipo de deporte tendrá que ver con el tema explicando en que consiste su relación. Se presentará desde el lugar que

se práctica y con el equipo que se utiliza. (STOCK).

**TIEMPO DE REVELADO. (cine).** Se presentarán las películas nacionales (una actual y otra de antaño) relacionados con el tema donde los protagonistas se entrevistan entre ellos sobre cuestiones de fotografía, ambientación, montaje y demás, junto con su experiencias dentro de la filmación. Aquí se buscará dentro de lo posible los actores más jóvenes sabiendo de antemano que por lo menos uno no lo será por el tiempo que se maneja. El ambiente se creará de cine o con relación a este. (STUDIO).

**TIEMPO FUERA DE MÉXICO. (comunicación internacional).** Se darán a conocer nombres, direcciones, edades, sexos, aficiones de otros jóvenes del mundo que quieran intercambiar correspondencia con jóvenes mexicanos además se darán breve información de lo que otros jóvenes realizan en sus países presentadas en un reportaje. Se presentara solos la voz con el acento representativo del lugar de procedencia con los datos en la pantalla separados por imágenes. Esta la promoverá en el exterior la cadena televisiva. (STUDIO).

## **DEBATE.**

Este último fragmento abarca el campo de la opinión y la reflexión por lo cual comprende la evaluación del tema por parte de la juventud otorgado la palabra en un **ESPACIO ABIERTO** a la polémica. Los jóvenes criticarán, aportarán, seguirán, preguntarán y contestarán diversas cuestiones relacionadas con el tema.

Es importante antes de empezar a discutir sobre determinado hecho tener bases ya sea en contra o a favor del mismo motivo por el cual esta sección cierra el

programa, pretendiendo así que después de ver los puntos buenos y malos desde los distintos ámbitos científicos se brinde la posibilidad al joven de exponer sus puntos de vista al respecto. No olvidemos que este programa por su participación trabajo y tipo de aportación pretende ser de servicio.

Como se ha visto esta barra programática contiene en su estructura los géneros didácticos cómico, cultural y mesa redonda que lo hacen flexible en la estructura pues se podrá aumentar o quitar secciones según las necesidades del tema o bien del mismo programa.

# **PROPUESTAS DE VARIAS SECCIONES PARA PROGRAMAS QUE DESEEN ABRIR UN ESPACIO JUVENIL.**

## **CONCIENCIA CIUDADANA.**

### **PRESENTACIÓN**

**ESTRUCTURA ARTÍCULO.** Se informará sobre actos ilícitos que se cometan en determinada actividad laboral con el fin de crear conciencia en la población juvenil, también buscará resaltar aquellos jóvenes cuyos valores morales dignifiquen a la sociedad. En esta sección de opinión periodística serán valorados los hechos conforme a la ideología del programa que desee abrir un espacio abierto juvenil, se explicará el tipo de fraude, la forma en la que se comete y en el momento que se lleva acabo la acción, también cuando lo amerite, se resaltarán los esfuerzos y sacrificios de todas aquellas personas que realizan un hecho cotidiano de honradez y servicio para la juventud. La sección será movable y rotativa esto a conveniencia del programa.

### **JUSTIFICACIÓN.**

En esta sección se pretende no solo informar sino aportar en algo a la educación cívica de la juventud mexicana. **CONCIENCIA CIUDADANA** pretende ser un espacio de reflexión y conocimiento de los hechos buenos o malos que comete a diario el ciudadano capitalino joven, dañando o perjudicando al consumidor o por el contrario ayudando y fomentando los buenos hábitos de los jóvenes.

Por la misma estructura de artículo, género que muy poco se manejan en el espacio televisivo, permitirá reflejar dentro de este espacio una línea ideológica y una posición más reacia del propio noticiero. El artículo no se maneja mucho en la televisión por la que sería una forma distinta de abocar los hechos. **CONCIENCIA CIUDADANA** como el nombre lo dice calificará el hecho.

Se podría manejar, incluso utilizar la problemática del joven espectador. Esta sección surgió como respuesta a las llamadas del joven auditorio que delatan prejuicios contra intereses privados.

## **PRODUCCIÓN.**

Tendrá una duración de 2 a 5 minutos. Se transmitirá una vez a la semana. Esta sección se ira conformando según las propuestas y quejas del público. Habrá efectos tanto ópticos como auditivos. En esta sección no entraran los insert, solo serán un reporte con voz en off del periodista, efectos y riquezas de imagen, por lo que se requerirá una persona encargada de la producción.

## **PROPUESTA TEMÁTICA .**

### **-PAGANDO POR EL USO DEL SUELO**

Gentes que piden dinero por dejar estacionar en cierto lugar.

### **- PATOLOGÍA DEL TRÁFICO**

Cómo se comparte el chofer en el tráfico para agudizarlo más.

### **- LOS ENGAÑOS DEL COMBUSTIBLE**

Las diferentes costumbres de las gasolineras para cobrar más dinero al

cliente.

**- UNA NOTA AMABLE**

El puesto de periódico de avenida Cuahutémoc y los dulces que regala a sus clientes una vieja costumbre digna de ser reconocida.

**- APRENDIENDO A PAGAR CON EL PLÁSTICO**

El mal uso de las tarjetas de crédito.

**- UNA VIEJA MANÍA**

La alteración de las básculas comerciales.

**- UN ACTO TERRORISTA " LA PIRATERÍA "**

El cómo surgió la piratería, las justificaciones obviamente no válidas de la piratería como negocio comercial y por que se perjudica a terceros con este tipo de acción.

**- BASUREROS AMBULANTES AL SERVICIO DE LA COMUNIDAD**

Mercados ambulantes y la inconsciencia de la basura.

**- LLAMADO DE VIDA O MUERTE**

El servicio médico que se brinda en casos de emergencia en la Ciudad de México.

**- BUENO, BUENO, ¿CON QUIÉN HABLO?**

Problemas con los servicios de teléfonos ; trámites burocráticos, mantenimiento y casetas públicas.

**- ESTAFADORES DE LA NECESIDAD**

Las oficinas que se dedican a conseguir trabajo anunciándose como

empresas .

## **COLUMNA SEMANAL.**

### **COLUMNA INFORMATIVA.**

Esta sección pretende dar a conocer lugares de la Ciudad de México o alrededores para que los jóvenes puedan salir el fin de semana. Lugares para ir a bailar, para ir a escuchar un concierto una película recomendable, (dando la estructura de Tiempo Libre se hará un producto televisivo que oriente al público en cuanto a sitios donde poder estar el fin de semana), lo curioso de esta sección es que la forma de producción será la que le de un toque diferente en la que se insiste: el telespectador a acudirá a este lugar. Esta sección llevará subtítulos según sean presentados los distintos lugares, tendrá una duración de cinco minutos, se presentarán los días viernes de cada semana.

Será una sección de opinión respecto a los lugares que se recomienda al público para salir el fin de semana. Esta sección lo que trata es de dar cosas nuevas como sugerencias al joven espectador. Comprenderá todo lo anterior a parte de salones de baile, bares, excursiones, viajes, todo comprendido en la ciudad y periferia de ésta, de manera clara y concisa dando las características visuales y auditivas propias del lugar. En fin todo lugar que sirva para divertirse.

### **JUSTIFICACIÓN.**

Una sección en donde se pueda hablar de un lugar para divertirse dentro de los diferentes géneros artísticos. Música, conciertos, museos, teatro pero como introducción ni como reportaje como se ha venido manejando, se le dará un giro totalmente distinto. Tomando las características propias de la columna informativa esta sección pretende ser una columna informativa. Una sección en

donde se recomienden lugares y le pueda servir a la gente como previa presentación de lo que se va a encontrar en el lugar, con esto el espectador podrá disfrutar un producto en donde se le muestre lo que puede disfrutar dentro de la Ciudad de México aparte de que podrá ser aún más especializado pues pretende en cada presentación del lugar ofrecer un amplio panorama de lo que puede ofrecer el lugar, la gente y en general el servicio de un determinado sitio capitalino.

## **PRODUCCIÓN.**

En esta parte será muy importante la edición pues de ella dependerá buena parte de la sección. Esto se refiere al manejo de música y vídeo al igual que la forma presentada. Se pretende que cada lugar que sea presentado se tomen aspectos del lugar, se ambientará conforme a lo presentado, la encargada de la sección se transformará. El juego de personalidad le dará el toque de entretenimiento y ameno a la sección. El trabajo de producción será coordinado en llevar fija una idea final para la elaboración de un producto diferente y divertido, abarcando diferentes lugares tendrá una duración de 5 a 10 minutos dando lo más representativo de los lugares. Cada lugar ira separado por una cortinilla que tenga el nombrepresentado. Será una sección tipo flash informativo en donde se ambiente al espectador de manera visual-auditiva se de un breve comentario del lugar, el comentario y la opinión del lugar estarán implícitos por parte del conductor de la sección, personas que también se encargaran de elegir el lugar y hacer la redacción de cada segmento de la sección.

## **PROPUESTAS.**

Esta sección dependerá de los espectáculos del momento.

## **TODO POR AMOR.**

Programa de polémica para jóvenes de entretenimiento en donde se tratarán de la problemática amorosa. La idea es formar un programa que debata el comportamiento de la pareja, los problemas insólitos que día a día se presentan. Todos los que quieran podrán participar, habrá una moderadora que funciona al mismo tiempo como conductora. El chiste de este programa es poner el tela de juicio la moral, la religión, los ideales de la pareja ante la problemática. Los conflictos amorosos a tratar serán de cualquier tipo que tengan que ver con el amor, se presentarán por programa solo un caso en específico. El programa tendrá una duración de 30 minutos. La transmisión será una vez por semana. Este programa será un poco jugar con el morbo de la gente, será un espacio propio de entretenimiento para la presentación de la problemática se podrá actuar con el fin de dar una presentación acorde si asunto con la diferencia que nunca se verán los rostros de los actores, solo será vistas las siluetas y las voces, también se podrá respetar en anonimato si el participante así lo requiere. Este programa esta dirigido principalmente para jóvenes aún que podrán participar gente de todas las edades, además de este espacio para criticar a la problemática juvenil se podrá complementar con pequeñas secciones que den algo relacionada con el amor.

Como por ejemplo podríamos citar los que manejan las revistas de test para ver si le gustas al chavo, como atraparlos, la moda para dos. Estas no durarán más de 3 minutos con la entrada y salida de la sección, claro esta, estas pequeñas secciones podrán ser cambiados o modificadas. Este programa deberá tener como limite de tiempo 30 minutos en su totalidad pues como es el enjuiciamiento de una problemática en particular no convendrá se alargue más por el respeto a la integridad individual de la persona.

## **NOTA 28.**

Un programa de 30 minutos que sea policiaco. En donde se actúen los casos policiacos de las notas, es decir un programa en donde se actúe el hecho que es o fue noticia y que por los hechos sea llamativo. Esto estará a cargo de un equipo especial que cada uno actuará una serie de TVSA, será una vez a la semana. Se trata de ni aumentar el tiempo pues se teme disminuir la calidad. Este programa se elaboró para dar seguimiento a la nota roja o bien presentarla como fueron los hechos. Se recrearán los hechos se retoman todos los del equipo de investigaciones actuarán y protagonizar el hecho sin dejar de ser un programa periodístico tendrá que ser de entretenimiento pues el manejo de ciencia ficción estará incluido. Se tendría que manejar guionismo etc.

# **ARCHIVO CITADINO**

## **PROPUESTA PARA UNA NUEVA ESTRUCTURACIÓN DE REPORTAJE**

Información periodística basada únicamente en declaraciones de personas afectadas o involucradas en determinado problema social de la Ciudad de México. La información recopilada estará ligada por cortinillas audiovisuales que darán continuidad y forma al trabajo. Los problemas se trabajaran donde distintos puntos:

### **A) AFECTADOS DIRECTOS**

Actores en los que recae la problemática social

### **B) AFECTADOS SECUNDARIOS**

Participantes que giran en torno a los actores involucrados por los lazos sanguíneos, laborales o de servicio.

### **C) INSTITUCIONES RESPONSABLES**

Organismos y grupo organizado encargado de la solución del problema actual.

### **D) ESPECIALISTAS**

Profesional es del conocimiento científico o social relacionados con el problema.

### **E) PERSONAS AJENAS**

La opinión del público en general respecto al problema social.

Se presentará un tema por semana día, la duración será de 2 a 3 minutos incluyendo entrada y salida de la sección. Cada día se manejará un tema nuevo siendo el sexto o quinto para presentar un resumen de los anteriores.

Presentando un trabajo de la misma duración: 2 a 3 minutos con todos los puntos manejados en la semana.

## **EJEMPLO.**

Suponiendo que la problemática social a tratar sea "Las madres solteras" entonces el esquema laboral a seguir sería:

### **LUNES.**

Declaración de mujeres consideradas madres solteras, tratando las causas y consecuencias, pasadas y futuras de dicha situación.

### **MARTES.**

os padres, hermanos e hijos de las madres solteras, la forma y manera en la que se enfrentaron y enfrentarán la problemática.

### **MIÉRCOLES.**

Todas aquellas instituciones de protección a la mujer: la ubicación, requisitos que soliciten, tipo de servicios que ofrecen, estadísticas de edades, posición económicas y preparación de las afectadas.

### **JUEVES.**

Psicólogos, sociólogos, médicos en general, grupos religiosos que expliquen y traten el hecho desde una área especializada: consecuencias físicas, emocionales, sociales e ideológicas a las que se enfrentan una madre soltera

actualmente, el aborto como solución inmediata, el embarazo, el parto y finalmente el hijo.

#### **VIERNES.**

La gente desde distintos puntos de la Ciudad opinarán respecto a ser madre soltera.

#### **SÁBADO.**

Resumen que inclinarán las declaraciones más importantes de cada punto respecto a las madres solteras.

### **TÉCNICAS DE RECOPILACIÓN DE INFORMACIÓN.**

Para determinar el tema o la problemática se proponen dos cosas: la primera, es la observación ordinaria de los distintos sectores de la sociedad. Análisis de un determinado grupo homogéneo que enfrente a diario un problema en su medio. Esta es la manera más simple en la que el periodista puede captar el objeto de estudio, solo se requerirá salir a la calle y observar, sea como miembro activo o como persona ajena al problema.

Segundo la invitación al público en general para determinar la problemática social además de participar en la elaboración del reportaje en cualquier de sus cinco puntos. La gente que llame a los teléfonos puestos a disposición del público serán televidentes seguros en las próximas emisiones que esperaran el tema, con este tipo de sistema se capta gente con algo importante que decir o aportar dentro del tema.

A los participantes se les cuestionará con preguntas abiertas con el fin de que expresen sus conocimientos y vivencias de la problemática social. Esto dará respuestas explicatorias y captación de la información abundante por lo que el periodista no deberá formular más de cuatro preguntas por persona con el fin de agilizar el trabajo y no bombardear al encuestado con preguntas que a lo mejor serán poco significativas, además de que deberá hacer un análisis informativo con el fin de no realizar preguntas repetidas que tengan respuestas similares. Los dos puntos anteriores comprenden la participación exclusiva del equipo de investigaciones especiales.

## **JUSTIFICACIÓN.**

En la actualidad la mayoría de los reportajes se basan en la percepción de datos del periodista quien recopila información de acuerdo a su concepción, adjetivizando y calificando el suceso, muchas veces, por medio de su propia ideología. En una cosa se está de acuerdo que toda persona que se dedique a la comunicación, al manejo de la información, funge ante todo como mediador de la realidad y el individuo en otras palabras interpreta o que pasa para ser explicado, no a unos sino a miles de personas. "ARCHIVO CITADINO" no pretende romper con ese orden es, más fuerza a la información difundida en base a los conceptos más reales y menos hipotéticos.

En base a declaraciones de gente involucrada la información tomará mayor validez, pues todos sabemos generalidades de los problemas pero quién conoce más al afectado por vivir la problemática. Hoy en día el reportero conoce del tema o problema pero tal vez no conoce más del asunto.

Por otro lado, con la entrada del noticiero a radio la manera de producir el programa deberá cambiar pues la televisión se estructura para verse y oírse. La radio esta diseñada solo para ser escuchada, en ambos casos lo importante es la captación del público en general. Esta propuesta fue diseñada pensando en el televidente y el radioescucha, con la ayuda de efectos especiales auditivos y visuales se pretende crear un producto que pueda ser disfrutado en ambos medios de comunicación como parte complementaria del noticiero. Pretende ser una sección novedosa por la estructura y forma del reportaje. Una nueva sección, que sin alejarse del ámbito periodístico ofrezca a su público un producto interesante además de integrar la participación de si teleauditorio y radioescucha en la elección y elaboración del tema.

Los días y tiempo a cubrir fueron planeados con el fin de captar la atención no de un día sino de todos lo días de la semana. Esto obedece al seguimiento del problema.

## **PRODUCCIÓN.**

"ARCHIVO CITADINO" es una sección que requiere estar a cargo de un equipo especial de investigaciones quienes se encargaran de la elección del tema semanal, la recopilación de la información y finalmente de la estructura. La dirección de producción en este proyecto es elemento fundamental pues cada reportaje, siguiendo la misma línea en cuanto a estructura y forma deberá ser diferente en imagen y sonido.

La organización laboral de cada reportaje queda a criterio del coordinador de investigaciones especiales pues se calcula que todo el trabajo estará listo en no mas de una semana, dejando mayor tiempo para entrevistas imprevistas.

## **PROPUESTA A DESARROLLAR.**

<b>MUNDO PEQUEÑO:</b>	Niños menores de 12 años que trabajan: limosneros, globeros, cerillos, actores.
<b>ARTE CALLEJERO:</b>	Todas las manifestaciones artísticas que se elaboran en las calles y parques de la Ciudad de México.
<b>BARRENDEROS NOCTURNOS:</b>	El trabajo, la responsabilidad y peligros de los barrenderos nocturnos.
<b>UN NEGOCIO PARA SOBREVIVIR:</b>	Los ambulantes en el metro: cantantes, vendedores y demás colectivo.
<b>HONORABLES DE DÍA, VAMPIRESAS DE NOCHE:</b>	La vida de las prostitutas de la calle de Sullivan.
<b>PALABRAS QUE HALAGAN O INSULTAN:</b>	Los piropos callejeros.
<b>FUTURO IMPREDECIBLE:</b>	Los universitarios y el campo laboral.
<b>CASOS DE EMERGENCIA:</b>	Trámites burocráticos en los servicios de emergencia en el IMSS y el ISSSTE.
<b>LA CABALLEROSIDAD EN LA CIUDAD DE MÉXICO:</b>	Conducta casi extinguida o moda implementada.
<b>DISCRIMINACIÓN SOCIAL:</b>	La tercera edad y el desplazamiento social, familiar y laboral que sufren.

## **UNA CHISPA EN LA NOTICIA.**

Tratará de un pequeña sección de no más de 1 minuto en donde se le dará otro giro a la nota. Esto con estructura de nota informativa se le dará una línea de sentido chusco. Se jugará con la redacción se le incluirá cosas chuscas en la redacción de la nota así como sonidos (efectos especiales) que puedan hacer graciosa la nota .

### **JUSTIFICACIÓN.**

En un noticiero la mayoría de las cosas por no decir todas son notas malas desagradables pues bien que dentro de toda esta variedad. Esta nota solo se presentará una vez por semana será una pequeñísima sección.

### **EJEMPLO:**

SIETE INDIVIDUOS MORDIERON, MAGULLARON Y PELLIZCARON A UNA ANCIANA .... LA POLICÍA LLEGO AL LUGAR DE LOS HECHOS ... ¡¡! COMO SIEMPRE TARDE!¡¡! .... POR AVISO DE LOS VECINOS QUIENES NO PODÍAN DORMIR POR LA GRITERÍA DE LA VIEJECITA... EN ESTADO DE INSOMNIO LOS COLONOS PEDÍAN A LOS HOMICIDAS Y A LA HOY DIFUNTA TORCUATA PASO Y TRONCOSO, GUARDARA SILENCIO POR QUE NO LOS DEJABA DORMIR... ANTE LA NEGATIVA DE LAS SUPlicas DIERON PARTE A LA POLICÍA... EL CUERPO FUE ENCONTRADO HORAS DESPUÉS EN VENTA EN EL MERCADO DE SONORA....

ESTA SECCIÓN REUTILIZARÁ IMAGEN QUE SE TENGA EN STOCK..

## **2 MINUTOS AL-DESPERTAR.**

### **PROPUESTA.**

Una sección de dos minutos en la que se presente la problemática por la que atraviesa una persona específica. Se explicará sus antecedentes y la necesidad que se padece de manera dramática. Entraran declaraciones conmovedoras de la afectada (o), se transmitirá solicitando la ayuda del público en general que desee ayudar al sujeto.

### **COMO EJEMPLO UN CASO DE LA VIDA REAL.**

**NOMBRE:** SARA HERNÁNDEZ MARTÍNEZ.

**EDAD:** 27 AÑOS.

**ESTADO CIVIL:** VIUDA

**OCUPACIÓN:** TRABAJADORA DOMÉSTICA.

HACE APROXIMADAMENTE 10 AÑOS LA VECINA DE SARA SE IBA A IR CON SU AMANTE... LA MUJER TENÍA DOS NIÑOS, UN VARÓN DE 1 AÑO Y UNA PEQUEÑA DE TRES MESES... MISMOS QUE ABANDONARÍA EN LA CALLE O EN ALGUNA OTRA INSTITUCIÓN DEBIDO A SU NUEVA RELACIÓN... SARA, AL VER TAN INDEFENSAS A LAS CRIATURAS LE PIDIÓ SE LAS REGALARA, LA MUJER SIN MÁS NI MÁS ACEPTO... TRES AÑOS MÁS TARDE SARA ENCONTRÓ A ROBERTO... SE CASARON Y TUVIERON DOS HIJOS... ROBERTO CONOCIENDO LA SITUACIÓN DE AQUELLOS NIÑOS QUE RECOGIERA SARA DECIDIÓ REGISTRARLOS COMO HIJOS PROPIOS... AMBOS TRABAJABAN, EL DE ALBAÑIL Y ELLA DE EMPLEADA DOMÉSTICA... VIVÍAN EN CASA DE LA MAMA DE ROBERTO... SUEGRA QUE

LE HACIA PESADA LA VIDA A SARA ACUSÁNDOLA DE EMBUSTERA Y MUJERZUELA JURANDO QUE LOS NIÑOS ERAN DE ELLA... UN MAL DÍA ROBERTO TUVO UN PLEITO CON UNOS DESCONOCIDOS... EN LA RIÑA LOS SUJETOS MATARON A ROBERTO... LA NOTICIA FUE MUY FUERTE PARA SARA Y PARA LOS CUATRO INFANTES... POR UN LADO, LA PERDIDA DE LA FIGURA PATERNA, Y POR OTRO, EL SER ECHADOS A LA CALLE POR LA SUEGRA Y ABUELA SIN EL DERECHO DE SACAR SI QUIERA LAS COSAS PERSONALES... LOS NIÑOS PERDIERON LA ESCUELA... SARA ENCONTRÓ UN CUARTO Y UNA COBIJA PARA OFRECER COMO HOGAR A LAS CRIATURAS... AHORA SARA COBRA UN SUELDO DE 110 NUEVOS PESOS A LA SEMANA... SALARIO QUE NO LE ALCANZA NI PARA LO MAS INDISPENSABLE... DESEA CONSEGUIR OTRO EMPLEO EN DONDE LE PAGUEN UN POCO MÁS O BIEN, OTRO EMPLEO QUE CUBRIR... SEPTIEMBRE SE ACERCA Y CON ELLO LOS GASTOS ESCOLARES PARA CONTINUAR OFRECIENDO EDUCACIÓN A SUS CUATRO HIJOS.

**ESTA ES UNA DE LAS HISTORIA QUE PODRÍAN SER MANEJADAS EN ESTA SECCIÓN. TODOS LOS DATOS SON COMPLETAMENTE VERÍDICOS.**

# **CONCLUSIONES**

**CONCLUSIONES, RESOLUCIONES Y ANEXOS FINALES**

## **CONCLUSIONES, RESOLUCIONES Y ANEXOS FINALES.**

**ESPACIO ABIERTO** sin duda es un esfuerzo para obtener el título de licenciada en Periodismo y Comunicación Colectiva. Es la declaración cotidiana de lo vivido, una pequeña crítica al sistema actual de Televisa.

Lo que persigue es la búsqueda constante de oportunidades para jóvenes inquietos que quieren y deseen aportar algo a la empresa y a la comunidad juvenil.

En Televisa si hay oportunidades que muchas veces son fragmentadas por el egoísmo de gente importante que teme ser desplazada. Fragmentación que va más allá, encamina más que nada al apoyo hacia ciertas personas por el lazo familiar, amoroso o bien amistoso, desplazando sin duda a talentos intelectuales. Desgastando con ello las ganas que se tienen de emprender, de luchar por la empresa, acaba con el sentimiento de orgullo de portar un gáfete.

Rompe sueños, ilusiones de jóvenes que luchan y luchan sin obtener grandes avances. Es deprimente ver que la gente con ganas de trabajar no sea realmente apoyada, frenandola cuando se trata arduamente y es la persona de a lado quien sin ningún esfuerzo obtiene grandes resultados por la dicha de haber nacido bajo un respetable apellido o bien un físico impactante o al menos al gusto y disposición de colores blancos o azules.

Si se hiciere dentro de la empresa un examen de capacidad intelectual o simplemente de capacidades para realizar la labor que desempeña cada uno de los empleados, muchos de arriba estarían abajo y muchos de abajo estarían

arriba y tal vez con ello se mejorara la calidad, en todos sus aspectos, la televisión que realiza esta empresa.

Mirando los enormes recursos económicos con que cuenta Televisa es casi imposible creer que empresas pequeñas como Televisión Azteca tengan mejores programas periodísticos y de entretenimiento. Se tiene presente que este es un negocio, que tiene que redituar sumas de dinero para algunos incalculables entonces si esto es un negocio habrá que agrandar y darle al cliente lo que pida para que siga consumiendo sin reparos el producto y con ello la publicidad que se maneja.

La fuga de cerebros es tema constante de las universidades y es un hecho que no dudo que ocurra dentro de Televisa.

Respecto a la formación académica, hay poco que criticar, pues si bien nueve semestres no preparan al alumno para laborar realmente dentro del ámbito profesional, si otorga bases para la formación de criterio, disciplina crea un sentido ético, y sobre todo, al menos la UNAM, ofrece cierto tono crítico, analítico y reflexivo permitiendo al egresado desarrollar trabajos que aporten algo nuevo, y como prueba habrá que esperar revisar los trabajos presentados en el curso de seminario de tesis de la empresa Televisa en 1994 formada por alumnos de la Escuela Nacional de Estudios Superiores plantel Acatlán.

Proyectos que son prueba viviente de que la juventud quiere un cambio dentro del medio.

La empresa y la universidad podrían encontrar un vínculo muy estrecho con la apertura de espacios juveniles en donde desde la etapa universitaria el alumno pueda darse cuenta de que como se maneja realmente el medio, como entrando al área profesional muchas veces se tiene que transformar los ideales, pues el

panorama de las perspectivas es muy estrecho. Desde el ámbito profesional permitirían el desarrollar de las capacidades de cada egresado, y aún que sarcástico, el medio podría explotar esa área.

Estas son solo observaciones que sean percibido desde abajo, desde el lugar de los Free Lance. Observaciones que traen una inquietud por los problemas sociales, económicos y políticos que vivimos, es una mirada que percibe manifestaciones fuera de la empresa, severas criticas a Televisa, el sistema político mexicano y la actitud del sistema televisivo ante ello, un gran índice de inseguridad social, una baja económica, perdidas de valores que sucumben a denigrar a nuestra sociedad, la falta de credibilidad social hacia el mensaje informativo, y la actitud, repito, del sistema televisivo ante ello.

Observaciones que han llevado a pensar que una posible solución sería los jóvenes, como motor de fuerza, de energía que como moldes cuya personalidad esta por definirse pueden cambiar el futuro ya que en ellos recae el presente que han dejado las huellas del pasado.

Sin tener miedo a la libertad de expresión, que bien como lo han venido haciendo desde sus inicios, Televisa lo podrán continuar porque como empresa marcar las reglas del juego.

Todo se basa bajo un orden, un equilibrio social, **ESPACIO ABIERTO** propone a los jóvenes talentos para desempeñar la tarea de reordenación del sistema político-social, actual que se desmorona día con día. ¿Cómo?, en la creación del producto televisivo que respondan, aunque en forma dirigida porque es

inapelable no mantener un control político-social las necesidades de la misma sociedad con ello, hipotéticamente se lograr por un lado controlar a la población más inquieta y que esta a su vez impulse la credibilidad hacia el medio, y por otro lado, darle oportunidad y apoyo aquellos jóvenes con ganas de hacer televisión en México.

Si esto funciona o no correrá a cargo de la disponibilidad de la empresa y de los jóvenes.

## BIBLIOGRAFÍA

BAGGALEY, JON P Y DUCK STEVE W. ANÁLISIS DEL MENSAJE TELEVISIVO. \*(TR. HOMERO ALSINA THEVENET.)\* EDITORIAL GUSTVO GILI, S.A., 1979.

BASAÑES, MIGUEL. LA LUCHA POR LA HEGEMONÍA EN MÉXICO. MÉXICO. SIGLO XXI EDITORES., 1988.

BOHMANN, KARIN. MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y SISTEMAS INFORMATIVOS EN MÉXICO. MÉXICO. ALIANZA EDITORIAL., 1989.

DE MORAGAS, MIGUEL. TEORÍAS DE LA COMUNICACIÓN. BARCELONA. EDITORIAL GUSTAVO GILI., S.A. 1984.

DE MORRAGAS, MIGUEL. SOCIOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN. BARCELONA. EDITORIAL GUSTAVO GILI., S.A. 1984.

FERNÁNDEZ CHRISTLIEB, FÁTIMA. LOS MEDIOS DE DIFUSIÓN MASIVA EN MÉXICO. MÉXICO. JUAN PABLO EDITOR. 1990.

FREUD, SIGMUD. PSICOLOGÍA DE MASAS. \*(TR. LUIS LÓPEZ Y TORRES)\*.  
ALIANZA EDITORIAL., 1989.

GONZÁLEZ TREVIÑO, JORGE. TELEVISIÓN. TEORÍA Y PRÁCTICA. MÉXICO.  
EDITORIAL., ALHAMBRA MEXICANA. S.A. 1989.

LLORE SOLER. LA TELEVISIÓN UNA METODOLOGÍA PARA SU  
APRENDIZAJE. BARCELONA EDITORIAL GUSTAVO GILI, S.A. 1988.  
(COLECCIÓN MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LA ENSEÑANZA).