

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLITICAS Y SOCIALES



EL MENSAJE MUSICAL PARA NIÑOS Y ADOLESCENTES  
EN LA TELEVISION MEXICANA

TESIS PROFESIONAL PARA OPTAR POR  
LA LICENCIATURA EN CIENCIAS DE  
LA COMUNICACIÓN QUE PRESENTA:

MONICA FRIAS GIL

ASESORÍA DE TESIS:

LIC. FÁTIMA FERNÁNDEZ CHRISTLIEB

México 1988



Universidad Nacional  
Autónoma de México



## **UNAM – Dirección General de Bibliotecas Tesis Digitales Restricciones de uso**

### **DERECHOS RESERVADOS © PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

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

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

EL MENSAJE MUSICAL PARA NIÑOS Y ADOLESCENTES  
EN LA TELEVISION MEXICANA

INDICE

	Pág.		
INTRODUCCION	8		
CAP. I: ¿QUE PASA CON LA MUSICA?			
1.1. El mensaje musical actual	14		
1.2. Antecedentes musicales en México	20		
1.3. La música para niños y adolescentes	27		
CAP. II: ¿QUE PASA CON LA TELEVISION?			
2.1. Los niños, los adolescentes y la televisión	37		
2.2. Antecedentes de la televisión en México	39		
2.3. Estructura de la programación televisiva	47		
2.4. Antecedentes de la programación musical	51		
2.5. La programación actual	63		
		CAP. III: LOS PROGRAMAS MUSICALES PARA NIÑOS Y ADOLESCENTES	
		3.1. El registro de información y los programas registrados	75
		3.2. Análisis de casos en la programación de Televisa	78
		3.2.1. Dinámica Musical	78
		3.2.2. Comentarios	85
		3.2.3. Publicidad	91
		3.2.4. Tiempos	93
		3.3. Análisis de casos en la programación de Inevisión	95
		3.3.1. Dinámica Musical	95
		3.3.2. Comentarios	100
		3.3.3. Publicidad	106
		3.3.4. Tiempos	108
		IV: CONCLUSIONES	111
		4.1. Mensajes finales	113
		4.2. Sugerencias a Televisa	114
		4.3. Proyecto de una serie televisiva (Sugerencia a Inevisión y SEP)	115
		V: ANEXOS	122
		VI: BIBLIOGRAFIA	207

## INTRODUCCION

"Cuando dispongamos de suficiente material y hayamos hecho bastantes estudios, podremos reducir todas las músicas populares de la tierra a algunas formas, algunos tipos y algunos estilos primitivos".

Bela Bartok

Inicialmente el tema de esta tesis se planteó de otra manera. La delimitación del objeto de estudio fue un proceso con diferentes etapas.

En un principio el tema fue "Jóvenes y vida cotidiana", pero resultaba una investigación demasiado amplia, poco precisa y sobrepasaba las expectativas de lo que se quería investigar.

En un segundo momento el tema fue "La barra juvenil en televisión", esta opción parecía mucho más accesible, resultaba un universo más factible de precisar e investigar.

Pero antes de definir totalmente el proyecto hice un ensayo de investigación, en el cual incluí la observación de la televisión. Este ensayo tenía como fin plantear adecuadamente el proyecto. Al mismo tiempo que realicé esta pequeña investigación, viví (casi azarosamente) una serie de experiencias

(académicas, musicales y hasta cotidianas) que modificaron nuevamente el tema de investigación.

Así pues de "La barra juvenil en televisión" llegué a "El mensaje musical para niños y adolescentes en la televisión mexicana", tema que en sí mismo, se vislumbró con diferentes ópticas, hasta culminar como se presenta en la tesis.

En este proceso siempre estuvo presente el interés por la población joven de nuestro país, lo que varió fue el ángulo de acercamiento a su cotidianidad. La televisión primero y la música después fueron las que vincularon este interés con las vivencias diarias de los jóvenes.

Con el surgimiento de los grupos musicales como Parchis, Menudo, Timbiriche, etc., y su difusión por televisión se integró a la investigación el binomio niños-adolescentes como parte del objeto de estudio, con lo que la música, los niños y adolescentes, la cotidianidad y la televisión se sintetizan y le dan forma a la tesis.

La definición del proyecto y el temario (estructura de trabajo) también fueron motivo de constantes revisiones, ya que estaban muy claros los puntos relativos a los mensajes musicales por televisión, pero no se habían contemplado puntos que contextualizarían y regirían los criterios de la investigación.

El temario final enriqueció el objeto de estudio, dado que se integraron desde los antecedentes de la música y la televisión en México, hasta la descripción de la programación

actual.

Dentro del proceso de desarrollo de la tesis hubo momentos desalentadores, dado que desde las perspectivas de investigación de algunos académicos de la comunicación, la música todavía no es un fenómeno digno de desarrollarse en una investigación formal. Al aparecer la televisión les resultaba ampliamente criticable aún estando apagada: los niños y adolescentes son tema para psicólogos y pedagogos; y la música es para disfrutar, estudiarse en Conservatorio o Escuela de Música.

Pero por otro lado mi experiencia como ayudante de profesor (durante tres semestres) en materias del tronco común en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, me permitió trabajar y convivir con alumnos de primer ingreso. Esta experiencia le infundió nuevos bríos a la tesis ya que de un grupo de más de cincuenta alumnos, todos oían música especialmente rock y balada comercial.

Así pues había muchas cosas que decir, algunas quedaron fuera porque se salían del tema de estudio, pero de cualquier forma, creo que lo más importante quedó escrito.

## METODOLOGIA

"... Reconozco la existencia de los Dioses, pero sólo en, y por, las comunidades de fieles; fuera de esta fe, las pruebas de la existencia de esos Dioses únicos y omnipotentes son terriblemente frágiles. Creo que todo cuanto sabemos del mundo físico y del mundo vivo hace imposible toda salvación celeste. Digo, pues, que nos es preciso renunciar a Dios y a su salvación".

Edgar Morin

El conocer cómo adentrarse a la investigación y cómo instrumentar herramientas metodológicas que permitieran aprehender y describir mi objeto de estudio, representó una tarea que la misma tesis fue desarrollando. El método fue el instrumento que me permitió tener conciencia de las dimensiones en que trabajaba.

Pero además, el método como sistematización y apropiación de conocimiento se construyó de una manera dinámica, siempre en movimiento, siempre creativo, ya que el objeto de estudio requería de esa dinámica metodológica.

En este sentido, no se puede describir consecutivamente el desarrollo de la investigación. Las diferentes herramientas metodológicas fueron surgiendo de la organización de la misma tesis.

Una de las técnicas metodológicas más importantes en

este trabajo fue el monitoreo, el cual permitió seleccionar y sistematizar la información de los mensajes televisivos, en función del objeto de estudio.

El monitoreo no se utilizó en un sentido completo, ya que hubiera sido parte de una investigación que no me pertenecía, dado que los datos finalmente, serían cuantitativamente muy extensos, pero cualitativamente poco prácticos para mi objetivo. Sin embargo esta aclaración, no excluye la creación y función de categorías, que la misma observación televisiva generó.

Pero además del monitoreo, hubo momentos en que la investigación requirió de instrumentos técnicos de sistematización de la información, por lo que se instrumentaron diversas categorías de análisis.

Asimismo la tesis pedía acercamientos teóricos al objeto de estudio, como directrices y organizadores del estudio, para ello se utilizaron tres ensayos sobre música y bibliografía complementaria (que dicho sea de paso es realmente muy escasa). Estos ensayos describen e interpretaban el fenómeno musical y retoman elementos que ya en la observación de los mensajes televisivos, se presentaron como repeticiones de gran significación.

El marco teórico se utilizó en función del objeto de estudio, se trató de que la parte teórica respondiera y hablara del tema de investigación, no se aceptó ni adoptar teorías, ni mitificar a un autor, ni creer en palabras universales. Ello

necesariamente me llevó a una búsqueda exhaustiva, ya que muy pocos investigadores o teóricos se han preocupado por el fenómeno.

Por otra parte necesité compilar y ordenar la información histórica en torno al tema, por lo que se integraron a la estructura de trabajo, los antecedentes de la televisión y la música en México.

Pero además como en la investigación los niños y adolescentes son muy importantes, consideré imprescindible delinear ciertas características biopsicosociales de ellos, que explicaran algunas de sus necesidades y su sensibilización artística.

## CONTENIDO

La tesis tiene tres capítulos que se terminaron de definir al momento de ir desarrollando la investigación; al principio se pensaba únicamente describir la mecánica de los mensajes. Sin embargo creo que de haberla hecho así hubiera reproducido la lógica predominante con la que se vislumbra la música, en la cual se evade todo su potencial creativo y sintético, para asociar la música simplemente con otro tema, como algo complementario.

Así pues, al final de la tesis, la presentación de la música en televisión, y sus implicaciones tenían una fuerza tal que generó nuevas inquietudes a desarrollar y proponer.

## ¿QUE PASA CON LA MUSICA?

Este primer capítulo es un planteamiento teórico en torno al fenómeno musical actual, visto desde una de las ópticas que concilió con la información que obtuve de la observación de los programas musicales. En un primer momento se aborda la música en un sentido amplio, inserta dentro de la mecánica en que se desenvuelve actualmente: tecnológica, impersonal sin sensibilización, repetitiva y poco creativa.

En segundo término se presenta un breve panorama de lo que ha pasado con la música en México en este siglo. Estos antecedentes sólo retoman elementos significativos en la evolución musical, esto es, hechos que determinaron o pudieron modificar el uso y difusión de la música actualmente.

En un tercer momento se describe la situación de la música para niños y adolescentes en nuestro país, con este fin se definen las características bipsicosociales más importantes de los niños y adolescentes.

Además se hace un pequeño análisis de la tradición musical infantil por un lado, juvenil por otro y finalmente de la infantil-adolescente la cual fue eje de la investigación.

## ¿QUE PASA CON LA TELEVISION?

Este segundo capítulo inicia retomando elementos del primero que valoriza la importancia de los niños y adolescentes como parte de la población nacional, para después, vincularlos con la televisión.

De este comienzo se pasa al análisis de la televisión propiamente, a través de los antecedentes del medio.

Para esta parte histórica se utilizan datos sobre algunas de las políticas culturales, que tuvieron la intención de modificar la conceptualización que se tenía de las emisiones culturales, y que podrían haber coadyuvado a que la música se apreciara de manera diferente en el medio.

En este capítulo también se incluye un estudio sobre los antecedentes de la programación musical para niños y adolescentes. Para ello se consultaron revistas Teleguía desde 1963 hasta 1986.

Este segundo capítulo termina con un análisis general de los mensajes actuales de la televisión mexicana. Con este propósito se hizo una categorización de los mensajes por temas, además de un registro por tiempos de cada tipo de mensaje.

Así pues los programas (en general, y los dedicados a niños y adolescentes en particular) se contextualizaron dentro de la programación de la televisión mexicana, con lo que se

define el lugar e importancia de los mensajes musicales para niños y adolescentes.

## ANÁLISIS DE CASOS CONCRETOS

En este tercer capítulo se describen cinco programas musicales, tres de Televisa y dos de Imevisión.

En la descripción se desarrollan e interpretan los resultados que se obtuvieron en el monitoreo. Esta técnica definió la selección de programas, la forma de registrar la información y el desarrollo de la interpretación de los datos.

Así pues, para el análisis de casos concretos se eligieron:

Lo mejor de música y algo más.

Para bajitos.

XETU (tres versiones).

Estrellas de los 80 y

Alta Frecuencia

Algunas de estas emisiones salieron recientemente del aire, sin embargo para la investigación lo importante son los contenidos, las líneas generales de producción.

Curiosamente aunque los resultados del monitoreo se concretizan en este capítulo, su utilización determina desde el principio, la dirección de la tesis.

Este último capítulo condensa lo que de manera teórica se explicó y analizó en capítulos previos. El capítulo inicia con la explicación y justificación de los mensajes seleccionados y las categorías aplicadas, para pasar a la descripción de los programas.

En la descripción de los casos, la información se analizó en cuatro categorías: música, comentarios, publicidad y tiempos. Además se presentan de manera separada los casos de Imevisión y los de Televisa.

## SUGERENCIAS Y CONCLUSIONES

Al finalizar la tesis, el fenómeno resultó tan claro, y la necesidad de cambio en el área de la música-televisión tan evidente, que las conclusiones llegaron a sugerencias para los emisores de mensajes.

Aquello que comenzó como un interés por conocer y describir el fenómeno poco a poco se convirtió en un compromiso que propone cambios y exige que continúe la investigación.

Este proceso se fue enriqueciendo además con experiencias de trabajo en equipo en el área musical, una observación constante de la televisión, la participación en conciertos musicales, el contacto con niños y adolescentes, así como el doloroso reconocimiento de las carencias en la preparación académica.



Esta investigación tiene mucho camino por recorrer, quiere seguir creciendo. La música, los niños y adolescentes, los medios de difusión deben seguir siendo investigados desde su óptica compleja, que los hace distinguibles más no separables. (1)

Esta tesis es pues el primer escalón de lo que quiero que sea una larga tarea académica rica en sensibilidad e imaginación. Espero que así se logre leer y apreciar.

## I *¿Qué pasa con la Música?*

(1) Edgár Morín, Para salir del siglo XX, p. 52.

## CAPITULO I

### ¿QUE PASA CON LA MUSICA?

#### 1.1. El Mensaje Musical Actual

El fenómeno musical, como parte de las manifestaciones culturales humanas, se integra a una serie de procesos históricos, políticos, sociales y culturales, que muy poco han sido estudiados.

La música pareciera estar aparte, se cataloga como buena o mala, se escucha un disco, se asiste a un concierto, y tal pareciera que solamente se trata de agradar al oído, toda la fuerza social que encierra, tras sí, un conjunto de voces melódicas, se pierden o minimizan.

El "escucha" de un fenómeno musical asume un papel pasivo, en tanto que no cuestiona, no sospecha. Como diría Elie Siegmeister en su libro *Música y Sociedad*, los músicos no van a cuestionar las bases sociales de las condiciones en las que están trabajando, ni la función social de su trabajo, así pues, el público acepta el fenómeno musical, con la tranquilidad de que la música pareciera estar desconectada de las condiciones materiales. Además de que el sentido común indica que la música es ocupación de unos cuantos, y que el público como simple espectador, no puede incidir en la realidad musical que se le ofrece.

Y aunque, en la actualidad, los mensajes musicales son fáciles de interrelacionar con procesos como el económico, por ejemplo, ya que, los avances tecnológicos, explicitan la comercialización de la música de una manera muy clara y evidente. Existen, más allá de lo que se ve diariamente por televisión, o se escucha por radio, elementos más encubiertos, de los cuales, pocos, se han preocupado por estudiar.

Sin ir muy lejos, el simple control de la música, su composición, distribución y difusión representa un serio cuestionamiento a los lineamientos culturales de nuestro país, cuestiona instituciones y organizaciones de gran relevancia nacional.

Esa falta de advertencia hacia el fenómeno musical hace necesario, enfatizar, que la música, ha sido una "fuerza civilizadora, entre todos los pueblos de la tierra... La historia de la música ha tenido en todos los tiempos una o varias funciones sociales, en correspondencia con las necesidades objetivas de la sociedad".<sup>(1)</sup>

Además de que, junto al desenvolvimiento social, se han ido creando estilos musicales en cada clase social, por lo que la música representa un goce, una identificación, un valor de clase.

De hecho, se puede decir que, la función que tiene la música es la que determinará sus características; este pun

(1) Elie Siegmeister, *Música y Sociedad*, pp. XXII, 11.

to será fácilmente comprensible, al analizar lo que ha sido la historia de la música en México, en el siguiente inciso.

La música, pues, es un elemento presente y reiterativo en la evolución del hombre, desde las cavernas hasta la actualidad, y manifiesta en gran parte, la vitalidad, el poder de comunicación humana y se integra de diferentes formas a todos los procesos históricos.

Así se puede comprender, como es que el capitalismo ha creado un gran aparato, para la producción, distribución y consumo musical, en donde "... El avance de la técnica, que surge originalmente de la necesidad de dar variedad y riqueza mayores a la presentación del contenido musical, se convirtió gradualmente en un fin en sí mismo, llevando a la ostentación instrumental por la ostentación en sí misma..."<sup>(12)</sup>

Así pues, la música queda inscrita en un proceso histórico determinado, que tiene muchos enfoques de análisis, aunque será necesario tomar en cuenta, que la música tiene un origen social, que refleja los intereses de cada una de las clases que la producen, distribuyen o difunden, y que la producción musical dominante en una sociedad, es la que corresponde a los intereses de la clase hegemónica.<sup>(3)</sup>

(2) Ibid., p. 22.

(3) Rafael Figueroa, Pasos sobre el silencio. Aportes para una semiótica de la música, Capítulo primero.

Posteriormente se harán algunas precisiones importantes en la cuestión de la difusión musical, en donde la misma clase hegemónica, puede tener diferentes intereses dentro del campo musical.

Esta investigación se interesa en la descripción de una de las partes más cotidianas de este complejo fenómeno; la música como un mensaje dirigido a los grupos masivos; escuchable a casi toda hora y en casi todos lados, esto es, la música que se emite a través de los medios masivos de difusión, específicamente el caso de la televisión.

En este sentido hay que señalar que la música contemporánea al tener una difusión masiva, llega a un gran número de personas, que a través del goce y disfrute musical se identifican y crean espacios y situaciones de igualdad. Así vemos por ejemplo, que el rock es un género musical que se vincula con jóvenes, que visten de determinada manera, hablan de ciertos tópicos y bailan ciertos pasos. Pero como el rock, está la música tropical, la música clásica, etc.

Cada tipo de música, cada género al ser compartido masivamente identifica al auditorio con el mismo auditorio, y con el emisor del mensaje musical, se crea un espacio de conocimiento a través de unas notas, de un baile, de un vestuario, de un juego de luces.

La función del emisor, en el mensaje musical, tiene gran relevancia, ya que podemos estar hablando de una institución como la Universidad Autónoma de México, el Instituto Nacio

nal de Bellas Artes, o bien de Televisa. Y dependiendo del emisor, el mensaje musical conllevará ciertas particularidades y mecanismos, en su elaboración, producción y difusión. Estos elementos serán con los que el auditorio identifique un mensaje musical, y determine expectativas futuras.

Para ejemplificar, se puede decir que es poco probable, que un escucha espere oír a un cantante comercial (piense en un nombre) en el Palacio de Bellas Artes, o bien que la OFUNAM se presente en el programa "Estrellas de los Ochenta" que transmite el canal 2, dado que es clara la vinculación, la identificación que se crea hacia determinados espacios musicales y sus emisores, ya sean instituciones públicas u organizaciones privadas.

Por otra parte las características del mensaje musical, poco a poco, se van complicando con el desarrollo de la tecnología. Los medios de vinculación e identificación entre el emisor-música-escucha se solidifican, fortalecen y sofistican, tras cada nuevo invento electrónico aplicado a esta área. La tecnología genera nuevos gustos, goces, pero también puede provocar el rechazo o negación a ciertas manifestaciones musicales. De hecho cada emisor musical, elige el qué y el cómo de la tecnología que utilizará, en sus mensajes musicales.

Y es que conforme se van haciendo más rígidos los esquemas musicales, conforme la tecnología se usa para difundir un cierto género de música, con ciertas peculiaridades, el auditorio acostumbra su oído a esos patrones, y cuando se presenta

algo nuevo o diferente, simplemente no se entiende, se rechaza porque no se cuenta con los elementos para asimilar un nuevo mensaje musical. Es más se puede llegar a afirmar, como señaló Jaime Almeida en una entrevista, que la sociedad no genera, pero sí tiene exigencias rítmicas (totalmente previsibles y condicionadas).

En el análisis del fenómeno musical, resulta importante ubicar tres fases decisivas: la elaboración, la ejecución y la difusión musical. Si bien puede parecer obvia la distinción, en el momento de la práctica resultan elementos claves en el proceso musical actual.

Por un lado podemos observar que en México, las particularidades de estas fases dependen de los grupos que controlan el campo musical. El grupo hegemónico o controlador entreteje una serie de redes que refuerzan su control en las tres fases del fenómeno; o se crean espacios musicales nuevos, que integran cuando mucho dos de las funciones y se tiene que recurrir a instituciones u organizaciones para completar las fases. Para hablar más concreto, se puede pensar en el caso de la música comercial en donde el proceso hace uso de todos sus recursos, y a través de un centro-control como Televisa, se crea un mecanismo de elaboración, ejecución, difusión y promoción musical, muy complejo. O bien podemos pensar en un artista independiente, con letras y música de excelente calidad, pero que como no está inserto en la lógica musical predominante, no tiene difusión, y su música la disfruta sólo un pequeño sector.

ajas de música o música en caja

Todo ese complejo proceso en el que se inscribe la música en la época contemporánea ha ido moldeando y acomodando el fenómeno dentro de ciertos parámetros cada vez más definidos, poco a poco la música se convierte en un sistema cerrado, en donde la oportunidad de la variación, de nuevas aperturas, no se contempla a veces ni como equivocación, veamos como es esto.

La creencia común, es que escuchar música o bailar, representa un goce y ya, en donde siempre se mantienen claramente separadas la elaboración y la escucha musical. Esta primera fragmentación es muy normal en el siglo XX, y propone escuchas o bailarines expectantes, más no creativos, se propone un auditorio, que ni se integre a la música, ni esté interesado en modificarla, simplemente que la acepte tal y como se la den.

Actualmente se pone un disco, para oír por oír, se baila por bailar, porque no existe una incidencia social en el fenómeno, la música, la canción, no tienen mayor mensaje que lo que en sí misma conlleva; sencillamente a la música, no se le permite a través de sus posibilidades expresar el sentir y ser "de las pasiones humanas", como menciona Raymundo Mier. (4)

Las acciones y emociones humanas poco a poco, se van desintegrando o separando de las manifestaciones sociales masivas, se va a escuchar un concierto con total seriedad, mante-

(4) Raymundo Mier, "Contra las utopías de la música", Comunicación y Cultura, Núm. 12, p. 13.

niendo silencio y aplaudiendo en el momento adecuado; todo se va preestableciendo y la escucha se va desvinculando del sentir y del ser.

Que todos vamos a disfrutar la música, que la vamos a crear con instrumentos caseros; no, no, no, momentito, las manifestaciones espontáneas no están permitidas en la búsqueda ordenadora de la música. Así, tal y como dice Raymundo Mier, se ha creado una utopía en la música, en donde el escuchar es el eje.

Pareciera que se regresa a una lógica dieciochesca, con el predominio de un sentido positivista en los fenómenos, hay que mantener la fidelidad a la norma, "... como la razón inmaculada del orden insitucional". (5)

Así pues bajo ese sentido ordenador-fragmentador, se han ido creando los moldes musicales que se adaptan a esta forma de razonamiento y control, transformándose la experiencia colectiva en saberes aislados, donde se elogia una ejecución apegada a la norma, como una ejecución con perfección musical, y donde la reiteración-repetición, "sin alteraciones", es un valor.

En este sentido, es fácil entender porque existe el "género musical", como la regulación para los escuchas. Y es que los géneros son alternativas musicales, identificables, disponibles y repetibles.

(5) Ibid., p. 11.

El mismo proceso lleva a depurar, multiplicar y diversificar las categorías, para así, poder identificar cualquier manifestación musical. "Cada una de estas categorías que encierra y a la vez engendra un universo de composiciones parece movilizar un saber particular, autónomo. No obstante, este aparente autonomía reconoce en la fidelidad al texto, al género, su razón última". (6)

Y para consolidar este panorama, frecuentemente surgen sorpresas tecnológicas que se adecuan perfectamente al proceso, ya que hay que escuchar con los mejores aparatos de sonido, los discos ahora "compact" aseguran una altísima fidelidad; las salas de concierto deben estar acondicionadas para crear un ambiente acústico ideal; los grupos musicales están realmente preocupados por actualizar sus instrumentos y monitores; las televisiones traen sonido estereofónico, etc. Pero eso no es todo, se crean espacios para escuchar cada tipo de género musical, infraestructura para música clásica o "cultura", como la llaman; espacios abiertos para la música popular, peñas para la música latinoamericana o folclórica; cafés cantantes para el rock, o bien hoyos, fonquis; pero también hay espacios para bailar, como las discotecas o los salones de baile.

Realmente el proceso que sigue el fenómeno musical es muy extenso y a veces tan cotidiano, que se vuelve imperceptible.

(6) Idem.

Día a día reforzamos estos mecanismos, una y otra vez, cuando escuchamos la música de manera desintegrada, desconstruida del acontecer social, ya que la música se disfruta de manera individual, y aunque se pueda tratar de un medio de difusión masiva, se apela a la atención individual del escucha.

Este mecanismo es lo que se entiende, como un sistema cerrado en donde cualquier elemento azaroso, espontáneo, se encuentra fuera de lugar, la repetición y fragmentación poco a poco inmovilizan, y le restan dinámica propia al fenómeno musical.

Al asistir a un concierto, al oír determinado disco, al ver un programa de televisión en cierto canal, se sabe de antemano lo que se escuchará, esto es, se está predeterminando la escucha, ciertos ritmos, a ver un grupo de artistas, a observar bailes, vestuarios que se identifican y vinculan con el emisor. Aquí resulta sobresaliente señalar, que alrededor de la música interaccionan una gran diversidad de elementos creándose condiciones de habla, de vestimenta, de baile, de conducta.

La música no puede aislarse y estudiarse sólo como música, cuando vemos que se vincula con otros elementos que refuerzan la separación, la fragmentación, cada música tiene un público, una manera de hablar, una forma de vestir y bailar.

Definitivamente, el escucha sabe de antemano, aquella música que desea disfrutar, sabe cómo comportarse y el rito que hay que realizar; de hecho "... El hábito se trastoca en texto irrenunciable, en un patrón esclerótico de escucha o de

elaboración de la música". (7)

Y sin embargo sí existe la diversidad, lo diferente, aunque dentro del concierto común de lo que es un género no tiene mayor trascendencia. Ya que, cualquier tipo de diferencia nunca saldrá de lo previsible, así, si bien es cierto que existen muchas orquestas sinfónicas, que se inclinan por diferentes tipos de programas musicales, nunca saldrán de ese género con el que van selladas: la música clásica.

Entonces se puede observar, que en gran medida, en lo uniforme de la música existe una capacidad renovadora y reforzadora del proceso, la capacidad de crear cambios previsibles, cambios que no cuestionan las bases en donde se desenvuelve la música.

Los patrones musicales se repiten constantemente, el género produce aislada pero frecuentemente nuevos esquemas, creando identidad a partir de la participación reiterativa de ciertas reglas, reglas que los diferentes grupos sociales han asimilado y hecho suyas.

Parte de la complejidad del fenómeno, estriba en la confrontación de lo individual frente a lo masivo, se evade la condición individual para sumergirse en una masa, en un grupo en donde existe una identificación que sacia la necesidad de igualdad de los individuos, nos escondemos de nosotros mismos al formar parte de la fantasía masiva, "... Todos los que con-

(7) Ibid. p. 13.

curren a una sala, a un hoyo, encuentran que su imagen se multiplica en los otros, no irrumpe ninguna diferencia que ponga en cuestionamiento el apego de ese espejo, el grupo cierra su círculo, se acentúa el terrorismo de las claves secretas de reconocimiento, se consolida la imagen utópica de la identidad sin conflictos..." (8)

Y esa necesidad de pertenecer a la masa, a un grupo, de ser identificado como parte de muchos, y no como yo, es un elemento que tal vez hasta accidentalmente, ha sido recuperado por los diferentes grupos hegemónicos en el campo musical. En el caso de México podemos hablar de manera general del sector público y el sector privado.

Y si bien el caso del sector privado, es más cotidiano y frecuente, dado que se hace un uso indiscriminado de los medios masivos y de la publicidad (como es el caso del radio y televisión), poco se estudia el caso del sector público, que de alguna u otra manera llega a utilizar o apropiarse de ciertos géneros como son los corridos, la música clásica, la música afroantillana, etc., y los dota de significaciones alejadas del origen social de los géneros. Se le da un uso propagandístico a la música, se consignan ritmos colectivos, bajo la justificación de tratarse de una música para el pueblo. Un ejemplo concreto de este fenómeno es el Consejo Nacional de Recursos para la Juventud (CREA), que ha utilizado diversas manifestaciones musicales para abanderarlas con su sello institucional.

(8) Ibid., p. 15.

Y aunque de hecho existen diferencias en la utilización musical que se hace en el sector público y el sector privado. Ambos sectores refuerzan el proceso de encajonamiento de las posibilidades de las expresiones musicales. Y los escuchas deben consumir música en caja, que se usa y escucha en paquetes sellados y dirigidos a ciertos públicos, o bien cajas de música, en donde a través de la creación de formas musicales comercialmente probadas, uno simplemente gira el botón del televisor, radio o estereo y ya está!

Mientras se continúe asimilando esa lógica musical persistirá la fragmentación y evasión del escucha, así como su unificación a la masa de los tropicaleros, rocanroleros, "cultos", baladistas ... continuarán las pautas de conducta y formas de ser musicales ... continuará el control de los escuchas. La música está puesta al servicio de muchos intereses, generando sistemas específicos de dominación.

Pero cuidado, que la música es sólo una área y esa búsqueda del principio ordenador en ella, es en gran medida parte de lo que sucede en otros campos culturales, en los cuales a través de la unificación se va segmentando, mutilando a la sociedad, mientras los movimientos sociales colectivos van perdiendo espacios y formas de manifestación espontáneas.

## 1.2. Antecedentes Musicales en México

Para caracterizar la música actual es necesario detectar los elementos más sobresalientes del desarrollo de la música por ello se consideró importante recuperar los antecedentes mu-

sicales en nuestro país.

La historia de la música vinculada a la historia de la televisión, describirá ciertas características significativas del mensaje musical a través de ese medio de difusión. Ya que, las perspectivas con las que se vislumbró la música, la posición de los creadores de música en México, así como los intereses de los grupos hegemónicos en materia musical durante la primera mitad del siglo definen y caracterizan los mensajes musicales contemporáneos.

### Antecedentes

Desde 1521, cuando los españoles comienzan a hablar y escribir sobre México, se observa la falta de códigos para entender las manifestaciones artísticas de los aztecas, de hecho Bernal Díaz del Castillo describe a la música prehispánica como de "bárbara y horrible".

Con la llegada de los monjes franciscanos se comienzan a adaptar ciertos elementos de la música española, se importan instrumentos musicales de Europa, y se empiezan a transformar las agrupaciones musicales, y en 1523 se funda en Texcoco la primera escuela de Música de la Nueva España.

Se podría decir que en la época colonial, la música generalmente se importa de Europa, sobretodo la eclesiástica. Los colonizadores controlan la música, por lo que los indígenas tienen que suprimir o relegar sus manifestaciones musicales.



Durante la colonia fueron la Iglesia Católica y la Corte Virreinal, las que fijaron los canones de la vida cultural. Después, con la independencia fueron las clases altas las que lo hicieron.

Dan Malmstrom, investigador de la música mexicana, llega a considerar que hasta antes de la revolución, la música en México había venido siendo un reflejo de la música europea, esta generalización puede ser válida, si se piensa en que realmente no existió una manifestación musical suficientemente desarrollada que contradiga lo que Malmstrom afirma.

En el siglo XIX, se establecieron en nuestro país, los primeros conservatorios, pero hasta 1877 se llegó a llamar Conservatorio Nacional de Música, para este momento el Conservatorio implicó la necesidad de marcar un orden en la enseñanza musical de manera académica e institucional. Sin embargo hay que aclarar que el Conservatorio pasa a ser responsabilidad del gobierno hasta el régimen de Porfirio Díaz.

Con la Revolución Mexicana, la música vive dos situaciones relevantes, por un lado el Conservatorio y su actividad musical, mantuvieron sus criterios de enseñanza y la música clásica continuó siendo un espectáculo importante para las clases dominantes, los libros de partituras seguían siendo extranjeras, de hecho las ideas nacionalistas y transformadoras en la música clásica se vinieron a desarrollar en los años veinte, simplemente basta decir que la Orquesta Sinfónica Nacional tocó profesio-

nalmente hasta 1925.

Pero por otra parte comienzan a surgir, un grupo de músicos "románticos", que van retomando episodios de la vida social, metaforizando sentimientos y conductas. Al respecto Carlos Monsiváis menciona que: "La revolución impulsa el redescubrimiento de lo popular".<sup>(9)</sup> Un ejemplo es Manuel N. Poncu que en algunas canciones intenta cortar las distancias entre la música clásica y la popular, pero entendiendo la música, más allá de la construcción ideal y académica de una melodía. Poncu hizo arreglos para piano de canciones populares como la Adelita o la Cucaracha. Al mismo tiempo se comenzaron a difundir los corridos, los cuales tratan de registrar alguna proeza revolucionaria esencialmente.

Estos primeros acontecimientos musicales del siglo, pueden interpretarse a la luz de los hechos; con Porfirio Díaz, el gobierno se responsabiliza del Conservatorio lo que vincula de una u otra manera las políticas gubernamentales culturales con cierto tipo de música; en la época revolucionaria se descuidan totalmente los aspectos culturales. Posteriormente es hasta 1920 cuando se vuelve a impulsar la música cuando, Alvaro Obregón sube al poder, y José Vasconcelos es nombrado Secretario de Educación Pública y Bellas Artes. Vasconcelos nombró a Julián Carrillo como director del Conservatorio y la orquesta del mismo. Y precisamente es en esta época

(9) Carlos Monsiváis. "La agonía interminable...", Comunicación y Cultura, Núm. 12, p. 23.

do la música clásica cobra nuevos bríos.

En 1923 se formó el Departamento de Música y Folklore dependiente de la Secretaría de Educación Pública, uno de los laboradores de este departamento fue Manuel M. Ponce. Y así las primeras décadas del siglo permiten definir en términos generales, lo que posteriormente será la línea musical que se dirigirá a través de los mecanismos e instituciones gubernamentales.

Pero paralelamente existe "otro" tipo de música: de grupos y cantantes extranjeros, los géneros musicales bajos como el danczón, o también la música romántica; géneros que van adquiriendo gran popularidad, después de la violenta época revolucionaria.

En este sentido 1920 pasa a ser un año importante, porque además se inaugura el Salón México, en donde "... hay los simbolismos de lo que creemos ver a simple vista: en el danczón y otras modalidades bailables la clase media pretende des-prejuiciarse, des-hacerse de una cierta carga religiosa, salir del estadio anterior." (10)

Posteriormente en 1930, se establece la XEW, radiodifusora con pretensiones muy ambiciosas que consolidó poco a poco a la música comercial, pero además, en 1935 surgen las compañías grabadoras, se construyen más salones de baile. En 1938 se establece la XEQ, y toda esta expansión de la música comer-

(10) Alberto Dallal, El Dancing Mexicano, p. 93.

cial provoca que se incremente considerablemente el número de escuchas para los nuevos ritmos, modas e intérpretes.

En el otro plano se observa que para 1924, cuando P. Elías Calles sube al poder, la situación económica se encuentra en dificultades, y la Secretaría de Educación a cargo de Vasconcelos vió reducido su presupuesto, lo que provocó recortes en las asignaciones para la música y el arte en general. Estos recortes a las áreas artísticas siguen sucediendo frecuentemente en nuestros días, ya que estas actividades siguen considerándose poco trascendentes; esta situación acarrea problemas de discontinuidad y debilitamiento de muchos proyectos y proposiciones musicales.

Aún con este panorama, la época fue muy prolífica, Carlos Chávez por ejemplo, sobresalió como un importante compositor que continuó la línea del nacionalismo, pero junto con él brillaron músicos como José Rolón, Candelario Huizar, Silvestre Revueltas, entre otros.

En 1928, Carlos Chávez dirige a la Orquesta Sinfónica de México, la cual toca por primera vez de manera profesional, a pesar de los problemas presupuestarios para la música.

Pero de cualquier forma este tipo de manifestaciones musicales no alcanzan a asimilar el desarrollo económico y tecnológico que se viene gestando, así que por ejemplo la radio no fue utilizada por el gobierno para difundir esa nueva música clásica.

Las áreas culturales eran adjudicadas a destacados músicos y no a un grupo de trabajo que pudiera delinear una política cultural continua y adecuada a las necesidades del momento, un caso representativo fue Carlos Chávez que vio nacer y morir a la Orquesta Sinfónica de México bajo su dirección. O bien se puede observar que la enseñanza en el Conservatorio hasta los años treinta estuvo dominada por la teoría a expensas de la práctica o la composición que casi eran nulas. Otro ejemplo fue el renombramiento de Chávez, como director del Departamento de Bellas Artes en 1933. Y como estos casos hay muchos en la actualidad que caracterizan el panorama musical.

Mientras, por su parte, la música comercial utilizaba para su proceso a las casas editoras, las grabadoras de discos, las compañías cinematográficas, la radio y más tarde la televisión. Además la música comercial contó con un factor que en gran medida determinó la penetración de la música a grandes auditorios: El baile. La posibilidad musical de esta expresión corporal explica de alguna manera la gran proliferación de las orquestas de salón.

La línea que siguió la música comercial fue apoyar o presentar a artistas, canciones y orquestas de manera separada en un género musical definido, tal es el ejemplo de Agustín Lara en los cuarenta, figura musical muy importante ya que supo llegar al corazón de los sectores que se estaban consolidando como la clase media, de hecho como menciona Carlos Monsiváis:

"Los cuarentas y cincuentas son desde la perspectiva

de la coincidencia del público y los creadores de la gran época de la canción romántica en México..."<sup>(11)</sup> Monsiváis señala que para los años cuarenta los artistas más importantes en el terreno comercial en México, eran Lucha Reyes en la canción ranchera, Elvira Ríos y María Luisa Landín en el bolero, Pérez Prado en el mambo, Pedro Infante y David Silva en el cine populista, Niñón Sevilla y Meche Barba en el cine de rumberas, Cantinflas, Joaquín Pardave y Germán Valdés Tin Tan en la comicidad, Fernando Soler y Sara García en el melodrama filmico.

Y así van naciendo los esquemas de comunicación comercial que persisten con algunas variaciones hasta nuestros días, se consagran popularmente los cantantes, los tríos, etc. En radio se crea un formato casi único para la canción, un determinado ritmo, canciones selectas y la atención al público creciente; público "... que siempre había existido, pero que los medios electrónicos y la industria publicitaria configuran arquetípicamente..."<sup>(12)</sup> de hecho la radio creó los espacios y expectativas populares, que retomará después la televisión. La radio iba conformando todo un ambiente, una ritualización "espontánea" a través de la música, parte de esto es la esquemización clara de las figuras que crea Agustín Lara en sus canciones; la mujer débil, la cabecita blanca, el olvido, el perdón, etc., Lara inicia la explotación de patrones musicales; los sentimientos se certifican, se empaquetan, y los cantantes se vuelven autores

(11) Carlos Monsiváis, Op. cit., p. 35.

(12) Idem.

literales de las tramas comunitarias, son actores de las emociones ajenas, dice Monsivaís.

En cuanto al desarrollo músico-cultural por parte de las dependencias gubernamentales, Miguel Alemán en su campaña presidencial prometió fundar un Instituto para beneficiar a las bellas artes, y el 31 de diciembre de 1946 tras ascender a la presidencia fundó el Instituto Nacional de Bellas Artes (INBA), el reglamento del Instituto lo elaboró Carlos Chávez, quien también fue nombrado su director.

El INBA nace como una instancia dependiente de la Subsecretaría de Cultura y Difusión Popular de la Secretaría de Educación Pública. Entre sus objetivos estaban:

"El cultivo, fomento, creación e investigación de las bellas artes en las ramas de la música, las artes plásticas, las artes dramáticas y la danza, las bellas letras en todos sus géneros y la arquitectura.

El estudio y fomento de la televisión aplicada a la realización, en lo conducente, de las finalidades del Instituto". (13)

Así pues el INBA según sus objetivos debió constituirse en un promotor de políticas culturales en el área músico-televisiva en México.

Y dado el momento coyuntural que se adivinaba (las autorizaciones de concesiones y permisos televisivos), el pa-

(13) Instituto Nacional de Bellas Artes, (Documento), México, 1976, p. 1.

pel del INBA pudo haber sido muy importante. Sin embargo con el paso del tiempo, se observa que el INBA "... no ha podido cumplir cabalmente con sus responsabilidades y tareas que la ley le asignó. Por el contrario, muchas de sus funciones han sido asumidas por otras instituciones y organismos públicos, sin un plan coherente de organización y desarrollo". (14)

Las razones por las que el INBA no logró concretar sus objetivos son muchas, pero no se incluyen como parte de esta investigación, dado que lo importante en este caso es la creación del Instituto como una necesidad o inquietud del sector público en ese momento. De hecho al INBA quedaron adscritos varios departamentos e institutos relacionados con la música, así como la comisión de televisión, antes de que ésta se instaurara en el país.

En 1947, Eduardo Hernández Moncada, del movimiento musical nacionalista, fue nombrado director de la Escuela Superior de Música e inspector de música en las escuelas primarias. Lógicamente ese control sobre la enseñanza musical bajo la dirección de gente comprometida con determinados valores y concepciones musicales, contrasta con el control y difusión musical comercial que realizaban los medios masivos.

Existen otros músicos importantes que insidieron en las políticas culturales de la época como Luis Sandi que participó en el diseño de la educación pública musical. Sandi en

(14) ibid., p. 2.

la década de los cuarenta fue nombrado jefe de la sección de música de la Secretaría de Educación Pública, que en 1945 cambió su denominación por la de Departamento de Música y posteriormente se incorporó al INBA.

A fines de los cuarenta, inicios de los cincuenta, surgen inquietudes en diversos estados del país por crear escuelas de música, con un sentido "clásico-académico". Y la enseñanza musical se empieza a regionalizar al fundarse en Mérida un Conservatorio al mando de Daniel Ayala, quien posteriormente fue nombrado director de la Escuela de Música de Veracruz. Miguel Bernal Jiménez por su parte inauguró un Conservatorio que dirigió él mismo en Morelia.

Así pues, para la mitad del siglo se puede mencionar como el grupo fuerte de músicos y promotores de la educación musical a Jesús Bal y Gay, Carlos Chávez, Blas Galindo, Rodolfo Halfter, José Pablo Moncayo, Adolfo Salazar, Luis Sandi, Luis Herrera de la Fuente, este último fundó en 1945 la Orquesta de Cámara de la Universidad.

De las orquestas sinfónicas de 1928 a 1950 la más importante fue la Orquesta Sinfónica de México (OSM), que permitió por un lado la difusión de la música clásica en auditorios, dado que la radio casi no se utilizó, y por otra parte, "... fue la OSM la que fijó las pautas de la vida musical. Como Chávez fue su director titular durante toda esa época, no hay duda de que fue la figura máxima". (15) Así era como una or-

questa y un director centralizaban y determinaban en gran medida el acontecer de esta música, por lo que fue comprensible que la tradición de la enseñanza musical continuará los lineamientos y proposiciones que Chávez y su grupo hicieran, dado que los puestos públicos, los detentaban ellos.

En cuanto a la cuestión de la danza, en 1947 se fundó la Academia de Danza Moderna, como parte del INBA, aunque anteriormente en 1940, ya se había fundado la compañía de ballet de Halfter, y nuevamente se crean instituciones públicas para seguir con un orden tradicionalista la enseñanza de la música y danza, con lo que se dividen cada vez más, la música "culta", de lo que las mayorías escuchaban: la música comercial.

Ya para la década de los sesenta, con la difusión del rock and roll y los bríos juveniles, la situación de la música en México era bastante clara.

Ciertamente en el campo de la música clásica se diversificaron las tendencias y predominó la politonalidad,<sup>(16)</sup> además de que en esa búsqueda del sonido por el sonido mismo surgió la música electrónica, donde se hizo un intento por recuperar la tecnología y aplicarla a la música "culta" o clásica.

El problema, como en cualquier género musical fue la limitación de los patrones y herencias musicales, ya que el len-

(16) Politonalidad: Uso simultáneo de diferentes tonalidades. Tonalidad: Relación establecida entre una serie de sonidos con uno principal llamado tónica, que rige el funcionamiento de los demás.

(15) Dan Halmstrom, Introducción a la música mexicana del siglo XX, p. 143.

guaje de la música clásica maneja un código que difícilmente permite incluir nuevos sonidos, nuevos símbolos, y las nuevas experiencias musicales presentan problemas en su ejecución.

En el campo de la música comercial, en los años sesenta decae la música tropical, que junto con la romántica, fueron las que más se habían llegado a difundir para ese momento. En el género tropical habían surgido grupos como la Sonora Santanera, la Sonora Maracaibo, la Sonora América que se caracterizaron por sus enfoques netamente comerciales. Al mismo tiempo la música romántica también perdió fuerza, y se abre paso al momento musical juvenil que inicia una importante etapa de la que se hablará en el siguiente inciso. Sin embargo es importante observar que comercialmente se pudo superar y asimilar el rol comercial, ya que la música romántica volvió a resurgir siendo actualmente la "balada romántica".

La música comercial con sus figuras y géneros contó y cuenta con una red de medios de difusión que permiten llegar hasta los rincones más íntimos de las casas de los escuchas, de hecho desde los años 30 se crearon espacios musicales en radio, en estaciones como la XEW, XEQ, XEB, XEFO, y XEG con programas como "Rico Vacilón", "Por la cultura y el arte"; "La voz de la Metrópoli", "El duende de las raras melodías", "El ladrón del teclado", "Mister Jazz", entre otros; programas en donde se hicieron famosos nombres como Luis Alcaraz, Pablo Beltrán Ruiz, Acerina, Alberto Domínguez, Agustín Lara entre otros.

Y mientras todo el aparato comercial sostenía y daba

ganancias económicas fuertes a los promotores de la música comercial, la música clásica, la educación musical sufrían los reveses económicos que provoca depender del gasto público, motivo por el cual músicos y compositores clásicos han optado por comercializarse, lo que incide en el desarrollo y difusión de la música clásica.

Pero aparte, la enseñanza musical se vislumbra fragmentada, discontinua tanto en Conservatorios como en las escuelas de música, y hasta en las escuelas públicas. No hay profesores preparados, se carece de métodos de enseñanza, de útiles, libros y por supuesto de instrumentos.

En este breve recorrido histórico de la vida musical en México, tal vez pudieron quedar fuera datos o géneros musicales dignos de tomarse en cuenta, sin embargo lo que se pretendía era plantear el panorama de lo que sucedió con la difusión y hegemonía musical, para entender como lo veremos posteriormente lo que sucedió con la música para niños y adolescentes, y el por qué en los medios masivos de difusión, como la televisión, se difunde mayoritariamente cierto tipo de mensaje musical.

### 1.3. La Música para Niños y Adolescentes

Los antecedentes de lo que fue la música en México brindan una visión general de los estilos y corrientes musicales predominantes a lo largo de este siglo, en este sentido se observa que la música específicamente para niños fue durante mucho tiempo, la denominada lírica infantil, que son aquellas canciones de cuna o juegos musicales que se transmitían vía oral. En cuanto a los adolescentes en México no existían mensajes musicales exclusivos hacia ellos hasta la década de los sesenta.

Esa distinción musical entre niños y adolescentes, que actualmente no es tan clara, describe y evidencia que se trata de dos etapas biosicósocialmente diferenciadas, pero que mantienen continuidad en el desarrollo humano.

El niño tiene una percepción de su entorno diferente a la que tiene el adolescente, así pues asimilan los mensajes que reciben, acorde a su etapa del desarrollo.

#### *El Niño y la Música*

Al hablar del niño primeramente, no se intenta definir ni esquematizar este periodo humano, ni se trata de establecer posiciones totalizadoras sobre los niños, se intenta simplemente recuperar algunos de los rasgos de los infantes que establecen determinadas perspectivas sobre la manera en que un niño

escucha el mundo.

Así pues, la niñez se entenderá como la primera etapa del ser humano aproximadamente hasta los diez años, edad que es variable. En este período es importante la dependencia hacia la madre inicialmente y posteriormente también hacia el padre, durante este tiempo se desarrolla la memoria, la casualidad, la conciencia y la fantasía. Poco a poco se definen las diferencias entre el ser y el no ser, y la madre o la figura femenina que la sustituya es el vehículo que hace posible su educabilidad; esto es, con tal de no perder el cariño de mamá y papá el niño reduce su agresividad y destructividad, se vuelve más dócil.

El espacio y desarrollo corporal son muy importantes, el niño modela su mundo en congruencia con el esquema corporal, de ahí la importancia del aplauso, el salto, el movimiento de manos y pies al cantar una canción o jugar con música con intención pedagógica. En este sentido la lírica infantil mexicana es la expresión popular que se integra a la mayoría de las actividades musicales de los programas educativos, tal y como sucede en jardines de niños y primarias públicas. En este caso "... evidentemente, la música como elemento de educación trasciende el solo logro de la musicalización...";<sup>(17)</sup> ya que le brinda a los niños elementos para su desarrollo emocional y afectivo, le brinda una visión de su mundo.

(17) César Tort, Educación Musical en el Jardín de Niños..., p. 6.

Pero también es cierto que "... la falta de un buen sistema de educación musical puede deformar la sensibilidad del niño", (18) bien puede tratarse de una simple confrontación entre lo que escucha en la escuela y lo que escucha por radio o televisión, lo que puede traducirse en deformaciones de la sensibilidad, en acartonamiento de la escucha. Una cosa es utilizar la música como elemento básico para estructurar actividades educativas, artísticas o creativas, no musicales propiamente, pero donde se retoman y coordinan elementos básicos de la composición musical. Y otra cosa es integrar la música a programas con una variedad de mensajes donde no existe ningún propósito educativo, creativo o artístico, como suele suceder en los programas musicales de televisión.

El caso de la educación musical en la niñez juega un papel interesante en el desarrollo humano, aunque su importancia sería más clara y profunda si existiera una pedagogía musical creativa y actualizada, ya que en los jardines de niños y primarias públicas en México se mantienen esquemas musicales de enseñanza desde hace décadas, así vemos que el PIN PON que se cantaba hace 30 años se sigue cantando, lo que implica que el niño aprende, a través de la repetición de canciones socialmente aceptadas como infantiles, en donde la creatividad artística es tá muy reducida, así el niño crece sin los elementos artísticos o sensitivos que le permitieran elegir un mensaje musical, simplemente repite el PIN PON o cualquier canción que escuche en

(18) Ibid., p. 5.

la radio, y la creatividad y la escucha crecen en el niño totalmente desvinculadas.

Es urgente "... la necesidad de equilibrar la formación del ser humano, incorporando a ésta sólidos factores de desarrollo humanístico en una era en que existe el peligro de que, a título de apremios tecnológicos y utilitaristas, sea desvirtuado el verdadero carácter que debe darse a esa formación". (19)

El entorno cultural en que vive el niño resulta determinante en la forma, en que aprenderá a distinguirse de los otros. Los instrumentos que se le brinden le permitirán adaptarse a su entorno con ciertas características. De hecho el niño al identificarse con las figuras parentales establece una creciente experiencia de lo que es el mundo externo "proceso que es ampliamente estimulado y estabilizado por la formación de símbolos, en especial por el uso del lenguaje..." (20) Y lo que piensan los padres sobre cómo educar al niño será mucho de lo que él entenderá por su mundo. "Cada cultura posee una imagen idiosincrásica de patrón del mundo externo que transmite al niño". (21) Al igual que en la educación musical, existen pautas sobre todas las demás actividades del niño, pautas que en muchas ocasiones se adaptan mecánicamente al niño sin permitirle el brote de sus posibilidades creativas.

(19) César Tort, Educación Musical en el primero año..., p. 8.

(20) Peter Bloss, Psicoanálisis de la adolescencia, p. 289.

(21) Ibid., p. 290.



La música es parte del mundo exterior que vive el niño, y la recibe tanto en su ámbito escolar, como a través de los medios masivos.

#### Los Medios Masivos de Difusión y El Niño

Al hablar concretamente de la música infantil de nuestro siglo en torno a los medios masivos de difusión, se debe mencionar a la industria Walt Disney que fue la que realizó los primeros intentos por difundir comercialmente música para niños, a través de sus películas, en los años treinta, sin embargo en el caso de nuestro país fue Francisco Gabilondo Soler, mejor conocido como Cri Cri, quien compuso, cantó y difundió canciones infantiles por radio inicialmente, desde los albores de la segunda mitad del siglo.

Cri Cri fue una figura musical infantil trascendente, de hecho en la actualidad, algunos de los músicos dedicados a la composición para niños reconocen la influencia de Gabilondo Soler en sus canciones. Tal es el caso de Kitzia y Gabriela, los Hermanos Rincón, Alberto Lozano, Margarita Robledo, entre otros.

Y es que no es difícil vincular "La Orquesta" de Kitzia y Gabriela y "La Orquesta de animales" de Cri Cri, ambas en cierto modo citan los instrumentos de un grupo orquestal; o bien encontramos "La marcha de las letras" de Gabilondo Soler y el "Abecedario de la pelota" de los Hermanos Rincón,

canciones en donde el eje de su composición, su objetivo, es el aprendizaje de las letras.

Entre Cri Cri y los Hermanos Rincón existe una diferencia de cerca de 15 años, que resulta interesante en materia musical y tecnológica, ya que en ese lapso, se inserta un nuevo miembro en la familia: La televisión. Y este medio establece pautas rituales, o sea conductas establecidas en torno a él.

Así aunque en México aparece la televisión desde los años cincuentas, es hasta la década siguiente cuando cuantitativa y cualitativamente comienza a trascender en la vida cotidiana de las familias. En esa década de los sesenta encontramos en la barra infantil programas como Caricatulandia, Club quintito, Media hora con Chabelo, etc. Pero en cuanto a los programas musicales surge el Carrusel infantil programa donde cantaba la compañía de niños actores de Televisión, también estaba Estrellas infantiles concurso entre niños cantores y bailarines; con estos antecedentes comienza el desarrollo de la música infantil por televisión, aunque hay que aclarar que se trata de la televisión comercial, ya que en la televisión pública sólo se encuentra el canal 11, en donde la música que se transmitía sólo era clásica.

A mediados de los sesenta aparecen figuras infantiles como Pili y Rosita, Janette Arceo. Además las canciones de Cri Cri continúan siendo parte del repertorio de diversos cantantes.

Para los años setenta, la música infantil a través de los medios masivos, sobretudo en el caso de la televisión comer-

cial, repite los esquemas de la década anterior, de hecho las novedades musicales fueron pocas, como el programa "El niño, una fantasía" que se transmitía en canal 11, o bien las caricaturas musicales como los Gatedráticos del ritmo o Jossie y sus melódicas en la televisión comercial. Televisión que siempre mantuvo una supremacía numérica en sus programas musicales infantiles y en su barra infantil en general.

En los años ochenta aparecen cambios importantes en la música comercial para niños, en los medios de difusión masiva, cambios que se generaron desde la difusión del rocanrol en México, ya que se trataba de un nuevo género para aquellos que sin ser niños no son adultos, los adolescentes.

El fenómeno musical para adolescentes se vitalizó y reforzó mucho en los años setenta, y para los ochenta se vinculó estrechamente en términos comerciales, a la música infantil, y surgen los niños-adolescentes que cantan y bailan, tal es el caso de Parchis, Timbiriche, Menudo, Fresas, etc.

Mientras, en el ámbito de los medios de difusión e instituciones del sector público, los niños siguen recibiendo mensajes exclusivos, en el jardín de niños, en primarias, a través de canal 11 ó 13, o en las radiodifusoras como radio Educación o radio UNAM, o más recientemente radio Infantil y radio Joven, clara diferenciación de los dos sectores, que realiza el Instituto Mexicano de la Radio.

En la evolución de la música infantil en México, y en comparación con el caso de la música juvenil, siempre hubo

pautas claras a seguir, el niño es previsible y controlable, de hecho se manipula su sensibilidad y experiencia artística, pero el caso de los adolescentes integra otros elementos que se verán a continuación.

#### *El Adolescente y La Música*

El caso de los adolescentes tiene como la niñez rasgos característicos que influyen en la manera de oír el mundo, de percibir un mensaje musical, y además explican en cierta manera el por qué la separación o vinculación entre la música infantil y juvenil.

El adolescente y el niño mantienen semejanzas y continuidad en el desarrollo humano a través de sus etapas, Peter Bloss comenta que ambos asimilan sus diferencias en función del tiempo de maduración del cuerpo y aparato psíquico. Sin embargo el adolescente vive un proceso muy intenso de adaptación a las nuevas manifestaciones físicas de su maduración sexual, el adolescente vive un proceso de identidad, de autoafirmación, hay una búsqueda constante de valores nuevos, y los grupos de amigos del mismo sexo cobran gran significado.

"La vida de fantasía y creatividad están en la cúspide en esta etapa; expresiones artísticas e ideacionales hacen posible la comunicación entre experiencias altamente personales que, como tales, se vuelven un vehículo para la participación

social..."(22) Y aún siendo un momento creativamente tan importante, las condiciones culturales restringen en algunos casos las posibilidades de desarrollo del adolescente, simplemente la difusión y enseñanza de actividades artísticas para los adolescentes son vividas como actividades obligatorias, como es el caso de la clase de música en la secundaria, o las denominadas actividades estéticas en el bachillerato. Pero además estas actividades no resultan enriquecedoras en la práctica, ya que reproducen los vicios que se mencionan en el caso de la enseñanza musical para niños.

Y está el otro tipo de mensajes musicales, los comerciales que al ser asumidos como una aparente "elección" en el adolescente adquieren un carácter más placentero, en este sentido un ejemplo serían los programas musicales por televisión los cuales se viven satisfactoriamente, y permiten alejar un poco la intensidad emocional que vive el joven televidente al proyectarse sentimentalmente en una canción, en un artista, etc. Sin embargo hay que tener claro que tampoco son una alternativa para el desarrollo de las inquietudes creativas.

"... En la actualidad existe una tendencia a prolongar la adolescencia, debido a las complejidades de la vida moderna. Esto desde luego no carece de efecto en los individuos jóvenes y a menudo pone una carga excesiva en el potencial adaptativo".(23) La música, la comercial principalmente, es tam-

(22) Ibid., p. 139.

(23) Ibid., p. 20.

bién participe de lo anterior, a través de las letras, formas de vestir, actuar de los cantantes, ya que los niños se presentan como adolescentes, pero los adolescentes se presentan como niños, esto se analizará posteriormente con casos concretos.

Lo que sí es claro, es que el adolescente es mucho más complejo que el niño, su conducta es menos dependiente, menos previsible y sensiblemente alterable. El adolescente asume una serie de características que forman parte de la aceptación a sus nuevos cambios, a su necesidad de asumirse diferente, de ahí que se observa una manera de vestir peculiar, una forma de hablar "chida" y al tanto de las nuevas "rolas".

La música en el adolescente en general, es un fenómeno de autoafirmación hacia él mismo y su grupo de amigos, así pues existen géneros que le son propios, tal es el caso del actual rock, hijo del rocanrol de los sesenta, o bien la música disco; la trascendencia de estos géneros entre los jóvenes responde en gran medida al momento biopsicosocial que viven. Las posibilidades del mensaje musical son sobreestimadas, van mucho más allá de la música, y por supuesto más allá de los intereses utilitaristas.

Sin embargo en el caso de la música juvenil no existe un trabajo comprometido con la problemática y posibilidades de los adolescentes, solo se manejan móviles comerciales, políticos o institucionales, pero como todo fenómeno, este también tiene una historia que explica la situación actual.

Se parte del rocanrol como el momento musical detonador de la música juvenil. El rocanrol nace en Estados Unidos con un carácter comercial, su difusión masiva inicialmente se realizó a través de la radio, pero en el transcurso de los años sesenta, la televisión asimiló rápida pero confusamente al género, lo mismo que el cine.

Surgen las grandes figuras juveniles del rocanrol como Elvis Presley, Chuck Berry, Jerry Lee Lewis, Los Rolling Stones, Who, Jimy Hendrix, entre otros, de alguna u otra manera estos artistas exigían a través de su música, su conducta y su manera de vestir, una ubicación para el joven; y el género musical fue el pretexto, la oportunidad de abrir espacios sociales a los adolescentes.

La nueva generación necesitaba gritar y hacerse notar, y mientras la comercialización y la creatividad lidiaban acordes, el rocanrol fue un movimiento rico y enriquecedor: pero cuando se asimila ya como género acabado, se acartonada y rigidiza, el rocanrol pierde dinámica y vitalidad, el género se había comercializado brutalmente para este momento.

En México el rocanrol surge con grupos que se limitan a traducir o adaptar letras a pistas musicales norteamericanas como los Teen Tops, los Rocking Devils, César Costa, Los Belmonts, Johnny Dinamo, entre otros.

El rocanrol en México viene a significar una ruptura en el campo musical, ya que de los mariachis y tríos se pasa a

los grupos de rocanrol, lo abrupto y repentino del golpe musical se observa en las listas de popularidad musical, ya que mientras a finales de 1963 estaba en primer lugar "Llegó borracho el borracho" de José Alfredo Jiménez, para octubre de 1964 aparece en primer lugar "Despeinada" rocanrol traducido por Palito Ortega con Manolo Muñoz, pero lo más interesante es que de la lista de diez canciones, "Despeinada" es la única juvenil, las nueve restantes eran rancheras y boleros, sin embargo es el primer lugar de popularidad. (24)

La asimilación musical del rocanrol en los medios masivos en los años sesenta fue una mezcla entre el pasado y el presente, una mezcla y lucha de los géneros viejos y el que quería nacer y madurar. Y es en este sentido que se explican en 1964 programas de la televisión comercial como Todos a Bailar, que funcionaba con grabaciones orquestales, o TV Musical Ossart donde bien podían cantar Mayté Gaos, Toña la Negra, la orquesta de Gonzalo Cervera y Angélica María en un mismo programa. Pero también se empezaron a definir programas exclusivos de rocanrol como Premier Orfeón.

"Los sesenta fueron la reconciliación con los artistas jóvenes pero fueron también los años en que pasaron totalmente inadvertidos los jóvenes verdaderamente rocanroleros... Nuestros músicos en su mayoría, necesitaron de tutores para pro

(24) Teleguía, Núm. 634.

seguir su camino",<sup>(25)</sup> ya comentaba Macarena Reyes en el Teleguía del 4 al 7 de julio de 1963 que se consideraba "Nueva Ola" ciudadina, a los rocanroleros y actrices, que con influencia de sus padres se colocan como los máximos exponentes de las ba-ladas en Boga, de la moda (suéteres a lo Costa, sombreros a lo Roca, etc.) y cuanta corriente artístico-novedosa interese a la juventud.

La pregunta, es qué sucedía en el ámbito no comercial, un poco ya se comentó en los antecedentes de la música, la situa-ción general en escuelas de música y conservatorios, así como la tendencia de las políticas musicales por parte del sector pú-blico, así pues los adolescentes recibían la educación musical clásica, que también se difundía a través de los medios de difu-sión masiva del gobierno, un ejemplo es el programa Música y mú-sicos inmortales o Iniciación a la música que se transmitían por canal 11 en 1963, y así se conformaba básicamente la opción musical para el joven.

La década de los setenta bien puede decirse que co-mienza musicalmente con el Festival de Avándaro, el 11 y 12 de septiembre de 1971, que tras un funesto final cierra las posibi-lidades del rock como un movimiento musical público y socializa-dor.

El Festival de Avándaro reunió a una serie de grupos de rock, que realmente realizaban música, esto es, la componían

(25) Víctor Roura. "Rock mexicano: La bodega ...", Comunica-ción y Cultura, Núm. 12, p. 54.

e interpretaban, eran el grupo de músicos que desde ese momento no tuvieron acceso a los medios masivos de difusión y se refu-giaron en los llamados "hoyos fonquis", tal es el caso de gru-pos como Three Souls in my Mind, Enigma, Pace and Love, etc.

En los setenta predominó la música nortamericana en los medios de difusión, al mismo tiempo que se impulsa a algunos baladistas comerciales productos de la misma industria musical, ya que al rock nacional que comenzaba a nacer le sucedió lo mis-mo que al movimiento punk en Inglaterra, "... Resultó notable que la industria lo convirtiera posteriormente en el 'New wave', una música totalmente despolitizada y meramente comercial".<sup>(26)</sup>

En 1971 José Emilio Pacheco escribe, "En la ciudad de México ya no existe ninguna posibilidad de echar relajo; no hay sitios de reunión ni carnavales..."<sup>(27)</sup> por su parte Za-bludovsky advertía sobre la situación, que: "... Avándaro ha pro-vocado pánico en los ignorantes en los aferrados a un pasado que se fue para siempre, pero es motivo de meditación y de estu-dio para quienes consideran que la nueva generación de mexica-nos ha madurado en tres años más que la anterior en treinta".<sup>(28)</sup>

El mensaje musical predominante desde 1972, en el ám-bito juvenil, fue repetitivo, esquemático, previsible, se crea-

(26) Mayda Alvarez, Jorge Reyes, "El rock como pretexto de or-ganización juvenil", Revista Estudios sobre la Juventud, Núm. 3, p. 83.

(27) Víctor Roura, Op. cit., p. 62.

(28) Idem.

ban formas musicales que había que reproducir con pasos de baile muy hechos, tal y como fue el llamado "Hustle", o "Las fiebres de sábado por la noche" con ídolos comerciales como John Travolta o Bee Gees, con lo que los jóvenes se lanzan a las discotecas a bailar tal y como lo hacen sus ídolos, a repetir pasos, formas de vestir, de reír, es el momento en que el rock es minimizado, ocultándose frente al impactante golpe comercial de la música disco, difundida para todos y a través de todos los medios comerciales posibles, y es que además, "El rock ya no puede ser una experiencia compartida (ese objetivo idílico de finales de los sesenta y exaltado por medio de festivales como Woodstock, Monterrey o Wight), sino que es una experiencia absolutamente individual que, a la postre, puede ser discutida y luego anexada a la bodega de los entusiasmos intercambiables. En los hoyos fonquis ya no existe la convivencia sino la uniformidad: cada quien está consigo mismo pero forma parte insoslayable de la comunidad..."<sup>(29)</sup> Y eso que le sucede al rock, es también lo que maneja exitosamente la música disco, todos uniformes, apartados pero dentro del grupo repitiendo pasitos o letras intrascendentes. "La producción en masa exige todo un condicionamiento, un 'educar' a los potenciales consumidores, ocuparse de ellos (y no sólo como mano de obra asalariada), diseñar y distribuir su ocio, que es el tiempo en que fuera de la fábrica u oficina, deben dedicar a consumir".<sup>(30)</sup>

(29) *Ibid.*, p. 60.

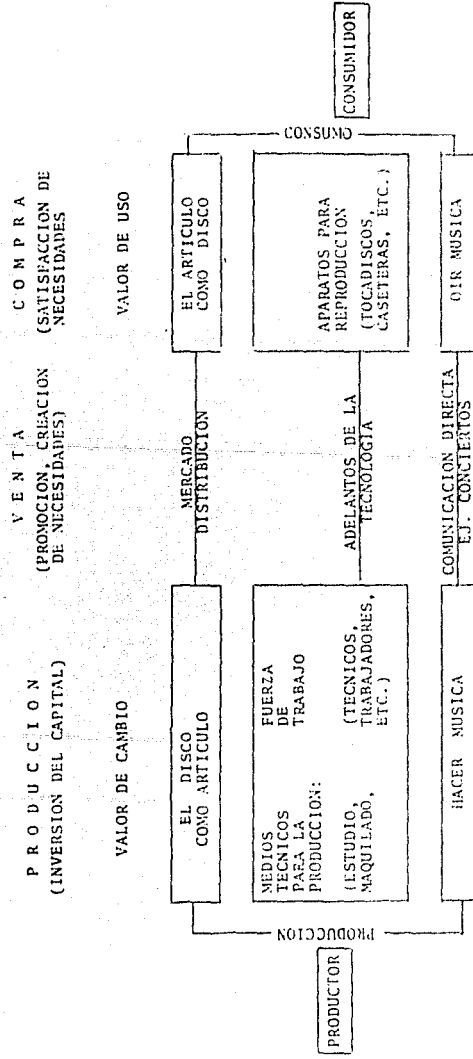
(30) Mayda Alvarez, Jorge Reyes, *Op. cit.*, p. 86.

La industria musical se refuerza notablemente en este periodo, se convierte en un complejo proceso que liga a una gran diversidad de empresas, desde promotoras, grabadoras, publicitarias, difusoras, que en el caso de Televisa se concentran en ella misma. (ver cuadro 1)

En los ochenta se crea un nuevo producto comercial en materia musical; como ya se mencionó, el caso de las figuras infantiles-juveniles, que al presentarse como un nuevo momento musical, diferente a la música disco, se hacen llamar roqueros pero se encuentran totalmente manipulados; paralelamente el rock no comercial retoma nuevos aires, y en la Facultad de Arquitectura y en el Museo del Chopo se lleva a cabo el primer concurso de "Rock del Chopo", con grupos como Chac Mool, Nobilis Factum, Dangerous Rythm, Sombrero Verde, Kerygma, Keny and the electric, Botellita de Jerez, entre otros. Así el rock, vuelve de alguna manera a constituir una alternativa para esos sectores de adolescentes para los cuales la música comercial no tiene códigos. Sin embargo el nuevo momento del rock se institura en instituciones como la UNAM, la UAM, el CREA, el DDF, lo que se traducen una serie de limitaciones ante los parámetros institucionales, y sin la penetración que proporcionan los medios masivos; la situación es un tanto desventajosa para el rock ya que resurge, pero bajo control.

Ya para 1982 y en adelante, todo es rock, ya que el género se ha convertido en el lugar común de los espacios musicales públicos y privados, letras, compases, instrumentos, luces, droga, sexo, sin embargo dentro de toda esa diversidad, exis-

EL DISCO COMO MERCANCIA



Fuente: SOZIALISTISCHE ZEITSCHRIFT FÜR KUNST UND GESELLSCHAFT No. 6 "Pop Musik profitiert für Das Kapital", (Pop Music Zwischen Plattenkonzernen, Massenmediator & Management), Deutschland, 1971.

(31) Revista de Estudios sobre la Juventud... CREA, jul-sep, México, D.F., No. 3, 1984.

ten dos integrantes constantes en el fenómeno, los niños y adolescentes, los escuchas, por los que XETU puede ser un espacio de rock, o bien Rockotitlán, por lo que Fresas y el Tri se llaman roqueros, por lo que Imevisión clausura espacios televisivos de rock, mientras el CREA los abre.

Así pues al ver actualmente las listas de popularidad de los medios masivos de difusión, el rock se encuentra en primer lugar, a través de todos esos niños-adolescentes nacidos de las filas de Televisa, que cuentan con videoclips para sus canciones, canciones que se transmiten de tres a cuatro veces diarias en las estaciones de la radio comercial, y que en sus presentaciones televisivas engañan a los televidentes cantando con pistas completas de audio. Esa es la perspectiva dominante en nuestra sociedad, y además, con un futuro de continua expansión.

Pero la música para niños y adolescentes, (llámese rock), está no sólo en las listas de popularidad de Radio Mil o de Video Exitos, sino que también está en compositores y músicos independientes que viven una serie de limitaciones, dado que no cuentan con los apoyos económicos o publicitarios de Televisa, y que además viven con los vicios y proposiciones esquemáticas, con la utopía de la música contemporánea, pero al fin y al cabo se trata de músicos que buscan espacios donde difundir otra forma en que niños y adolescentes pueden escuchar el mundo.

## II ¿Que pasa con la Televisión?



## CAPITULO II

### ¿QUE PASA CON LA TELEVISION?

#### 2.1. Los Niños, Los Adolescentes y La Televisión

Hay muchas razones por las cuales se puede señalar la importancia de una investigación en torno a la televisión, sin embargo en este caso se conjuntan dos factores más, la música y los niños y adolescentes, así pues, la trascendencia del fenómeno es mucho más significativa.

Históricamente es una novedad el hecho de que se produzcan sistemáticamente y en grandes cantidades productos culturales exclusivamente destinados al consumidor infantil y adolescente.<sup>(1)</sup> La televisión desde su nacimiento, en nuestro país como se verá en el siguiente inciso, sacrificó muchas de sus posibilidades, por cuestiones comerciales y técnicas lo cual tampoco es una novedad excepto en el caso de la televisión pública. En este sentido, el reciente descubrimiento de la televisión comercial de los sectores infantiles y juveniles se vincula con un fenómeno que poco a poco va formando parte de esos auditorios jóvenes, la música. Pero también se vincula con el desmesurado crecimiento de esos sectores, ya que por ejemplo en 1960 había 17 millones 843 mil 185 niños y adolescentes, entre 0 y 19

años de edad, para 1970 eran 22 millones 286 mil 680 niños y adolescentes entre 0 y 19 años de edad; y en 1980 se habla de 38 millones 074 mil 042 niños y adolescentes entre 0 y 19 años de edad.<sup>(2)</sup> se trata pues, de un numeroso grupo humano al que se le ubica dentro del mercado del consumismo a través de mecanismos que distorsionan su perspectiva del mundo, su sensibilidad y creatividad; se les privilegian ciertas características perceptivas con fines comerciales.

Niños y adolescentes reciben un mensaje condicionado a través de cierto tipo de música, de caricaturas, de documentales, de educación a través de la televisión, y esta perspectiva es la que envuelve a la compleja estructura del fenómeno.

El manejo de la sensibilidad artística de niños y jóvenes en el mensaje televisivo es una forma de adecuar y limitar sus capacidades sensitivas, se trata de hacerlos buenos escuchas, visualizadores e imitadores.

Este fenómeno se debe analizar con la plena conciencia del proceso capitalista que lo sustenta, sin embargo con la perspectiva de que no se trata simplemente de problemas derivados de un determinado modo de producción u organización social, sino que es un fenómeno inserto en una problemática cultural-educativa muy particular, en donde se fomenta "... el habitamiento del espectador consumista en pleno período de formación estética a unos modelos musicales no sólo ajenos a su propia tradi-

(1) Alfonso Eurasquin, et al., Los tele niños, p. 118.

(2) Información extraída de VIII, IX y X Censos Generales de Población y Vivienda.

ción cultural, sino deficientes copias o versiones degradadas del modelo de la cultura colonizadora".(3)

La televisión ha vivido un proceso de envejecimiento tal, que los auditorios jóvenes estrechan sus perspectivas televisivas a cierto tipo de mensajes. Ya que han sido 37 años de televisión en México en que se han moldeado inquietudes, gustos con mensajes cotidianos, repetitivos o ausentes, y no sólo se trata de la televisión privada. La televisión como la música en la actualidad tienden a "eliminar todo lo diverso y disperso que puede haber en el ámbito individual o privado, o incluso en áreas étnicas o de grupo".(4)

Pero este fenómeno es significativamente trascendente dado que la instancia escolar (que podría ser una alternativa formativa en los jóvenes sectores) no fomenta ni produce alternativas sensiblemente interesantes. El problema de los niños y adolescentes es que: "Su capacidad crítica, de por sí poco desarrollada, se encuentra además neutralizada por el hecho de que no dispone de experiencias reales y personales con las cuales contrastar lo que se le propone..."(5) No hay alternativas cualitativa ni cuantitativamente trascendentes ni en la televisión pública, ni en ámbitos exteriores a la televisión, como son la escuela o familia.

(3) Alfonso Erausquin, et. al., *Op. cit.*, p. 144.

(4) *Ibid.*, p. 153.

(5) *Ibid.*, p. 178.

Y si bien no se pueden desligar la televisión de la escuela o la familia, es inquietante que de una u otra forma como se verá posteriormente a lo largo de la investigación, se complementen, se refuerzen, ya que la televisión no llega a contradecir las pautas generales del vivir cotidiano de niños y adolescentes, dado que se crearían crisis o simplemente se rechazaría la televisión. Al fin de cuentas la televisión bien podría ser un miembro más de las familias. Esos núcleos sociales que se compactan a tal grado que generan a su interior pautas particulares de vida cotidiana, e introducen tranquilamente a la televisión en sus dinámicas.

Pero ello no es todo, ya que existen diferencias sociales, diferencias de clase al interior de la sociedad, que las organizaciones de televisión tienen muy presentes, un ejemplo muy claro son los niños y jóvenes de la ciudad y el campo: "... Frente a ello se acentúa la tendencia a ofrecer programas cada vez más estandarizados precisamente para eliminar tales diferencias".(6)

Aunque el problema se extiende a ámbitos extra televisivos, musicales, infantiles o juveniles, resulta una experiencia rica, partir de lo más cercano y cotidiano para aprender posteriormente el proceso global, con todo y sus alternativas.

El complejo fenómeno de la televisión y su relación con niños y adolescentes se remonta muchas décadas atrás, se vincula con los antecedentes de la música y el surgimiento de la televisión en nuestro país.

(6) Ivano Cipriani, *La Televisión*, p. 130.

## 2.2. Antecedentes de la Televisión en México

La historia de la televisión en México se encuentra muy ligada a la de la radio, tanto por sus condiciones económicas como políticas, sin embargo al hablar de los antecedentes musicales se describió de manera general la situación de la radio, por ello aquí sólo se describirá el caso de la televisión. Aunque resaltando el hecho de que la radio, a través de la música permita una ritualización más espontánea, uno inventaba "el quehacer con la música; la televisión lo establece de antemano, con la imagen.

"A diferencia de la radio que nace carente de un plan definido, para la televisión existió un proyecto (alimentado por la experiencia que se había capitalizado del desarrollo de la radio y por el modelo de la televisión norteamericana) que delineaba sus fines comerciales. De ésta se desprende una serie de 'empresas satélite' a la televisión, como agencias de publicidad, de información, compañías de espectáculos, etc. empresas principalmente transnacionales que definirían años más tarde la programación televisiva".<sup>(7)</sup>

Pero este proceso fue paulatino, ya que desde 1935 se realizaron los primeros experimentos de la televisión por parte del sector gubernamental, en 1939 Guillermo González Camarena logró diseñar un sistema de televisión a colores y siete años después estableció una estación experimental de TV, distribuyéndola en circuitos cerrados.

La primera concesión para operar una estación televi

(7) Luis Esparza. "La política cultural del Estado mexicano y el desarrollo de la T.V.", Cuadernos del Ticom, p. 23.

sora comercial la solicitó Cecilio Ocón en 1944, dos años después lo haría Emilio Arcárraga, y aunque el presidente Manuel Avila Camacho veía con buenos ojos las operaciones, fue hasta con Miguel Alemán cuando se cristalizaron las concesiones.

En 1947, antes de tomarse ninguna decisión en materia de televisión, un grupo de intelectuales y artistas vinculados al Instituto Nacional de Bellas Artes propusieron al presidente, que se estudiara la forma en que la televisión podría ser empleada como "un medio de difusión y enseñanza con fines sociales y culturales".<sup>(8)</sup> Esta petición motivó al presidente Miguel Alemán a pedirle a Carlos Chávez director del INBA, un estudio sobre la programación en las estaciones televisivas de Estados Unidos, Francia y Gran Bretaña, así como su estructura administrativa para con ello decidir sobre la materia.

Con esto fin Carlos Chávez nombró a Salvador Novo, como investigador del INBA y a González Camarena como apoyo técnico para realizar la investigación.

El estudio que se le presentó a Miguel Alemán de manera sucinta concluía lo siguiente:

La televisión se define como la transmisión a distancia de las imágenes, como una consecuencia perfeccionada de la radio y en este sentido la experiencia y antecedentes organiza-

(8) Fernando Mejía, La industria de la radio y la televisión y la política del Estado mexicano, p. 456.

tivos plantearon como alternativas a analizar: el sistema tele-  
visivo de la BBC en Gran Bretaña y el de la NBC o CBS de Esta-  
dos Unidos de Norteamérica.

En la primera parte del estudio las ventajas del  
sistema británico y sus diferencias con el norteamericano son  
muy claras. En el caso de la BBC se trata de un monopolio gu-  
bernamental sin miras comerciales. Mientras que en Estados  
Unidos el origen y propiedad de la televisión son privados. En  
el primer caso el objetivo es la calidad, con un compromiso so-  
cial sin menoscabo del talento artístico y el profesionalismo  
(el objetivo era proporcionar información, ilustración y entre-  
tenimiento al pueblo). Mientras que en el segundo caso el ob-  
jetivo es la cantidad, con el compromiso de conquistar al audi-  
torio.

Estas claras diferencias también se integran en la  
programación ya que:

E.U.	% de Producción	Gran Bretaña	% Producción
Eventos especiales (deportivos princi- palmente)	75 %	Eventos espec.	20 %
Films	20 %	Films	5 %
Producciones en es- tudio	5 %	Producciones en estudio	75 %

Además como el sistema norteamericano se financiaba  
a través de patrocinadores no tenía ninguna obligatoriedad con  
tiempos y tipos de programación, podía no transmitir. Mientras que el sistema bri-

tánico obligatoriamente tenía que transmitir 2.5 horas diarias.

Hasta aquí la situación parecía muy clara, México te-  
nía que elegir una organización y administración televisiva aná-  
loga a la de la BBC. Sin embargo existía una diferencia que al  
final del estudio se manejará como desventaja significativa:  
el sistema británico era más costoso.

Así pues al hacerse las consideraciones técnicas en-  
tre uno y otro sistema, la situación va no parece tan clara. De  
hecho se menciona que se trata de establecer medidas técnicas  
convencionales, que concilien un grado de fidelidad suficiente  
en las imágenes, y un bajo costo de los equipos de recepción de  
acuerdo a las posibilidades económicas del pueblo.

En la propuesta técnica que se hace, los elementos  
que se tomaron en cuenta son la fidelidad, la economía, el en-  
tretenimiento, y se dice que el sistema que se propone "...tie-  
ne la ventaja de que puede emplearse con el equipo ordinario de  
receptores norteamericanos sin necesidad de hacer modificación  
alguna, o con equipos nacionales contruidos con material de fá-  
cil adquisición..."(9)

El sistema de televisión que se presentó retoma en  
gran medida características técnicas del norteamericano, y en  
materia organizativa y administrativa se comenta que:

(9) Carlos Camarena, Salvador Novo, La Televisión, p. 25.

"A diferencia de lo sucedido en otros países en México la televisión se ha desarrollado exclusivamente a través de la iniciativa privada, personal, sin colaboración oficial de ninguna especie, hasta la fecha ... Si el Gobierno de la República da su apoyo a las personas interesadas en la televisión en nuestro país, en muy breve lapso podrá México contar con sistemas, equipos y tal vez estaciones de televisión que podrán compararse satisfactoriamente con las primeras del mundo".<sup>(10)</sup>

Finalmente el estudio sugiere que en materia educativa, la televisión mexicana siga los patrones de la BBC.

Con esta propuesta el control gubernamental que se ejercería en el campo de la televisión, descartaba casi de antemano la posibilidad de satisfacer las necesidades culturales y artísticas. Además casi no existían cuadros técnicos en el gobierno, para el área televisiva, todo se concentraba en el sector comercial. Aunado a esto, existía una fuerte presión por parte de radiodifusores (empresarios televisivos en potencia) que diligaban al gobierno de su participación directa en el medio; porque desde que se inicia la radio, el gobierno practicó una política de total apoyo a los empresarios, de hecho en el mismo cuerpo gubernamental existían miembros y opiniones favorables a la comercialización del medio. Por último no había ninguna fuerza democrática que buscará objetivos concretos en la televisión.<sup>(11)</sup>

(10) Ibid., pp. 29-30.

(11) Fernando Mejía, Op. cit., p. 458.

De esta forma, en 1949 se anuncia que el gobierno utilizará la televisión con fines sociales y culturales, aunque reconoce que también podrá ser explotada por los particulares.

Así pues la primera concesión con fines comerciales se hizo a la empresa "Televisión de México, S.A.", propiedad de Rómulo O'Farrill en 1949, esta empresa nace del capital norteamericano de la RCA, y las siglas que se le asignan son XMTV con el canal 4. Este nuevo canal empezó a funcionar en 1950, el 26 de julio con un programa de media hora. En cuanto a la programación musical, el 29 de julio se trasmite un concierto, primer programa de ese género en la televisión mexicana.

En octubre de 1950 comienzan las transmisiones de otro canal concesionado, la estación XEWTV canal 2, propiedad de Emilio Azcárraga. En agosto de 1952 comenzó a funcionar una tercera estación, la XHGC canal 5 propiedad de González Camarena.

Sin embargo todavía durante el período de Ruiz Cortines, el gobierno no detentaba ningún canal. "... En estas condiciones, el Estado siguió careciendo de un sector de radiodifusión propio y continuó dependiendo en los hechos de los canales comerciales para la difusión de sus mensajes".<sup>(12)</sup> El mensaje político era lo preponderante, así para su difusión bastaban los canales comerciales, no existía la necesidad real de difundir aspectos culturales, educativos y sociales.

(12) Ibid., p. 500.

Hacia principios de 1955 los tres concesionarios existentes en el Distrito Federal empezaron a realizar pláticas tendientes a fusionarse en una sola empresa que se encargaría de la administración y programación de los canales. Y el 26 de marzo de ese año quedó integrada formalmente la empresa Telesistema Mexicano, S.A., fusionándose los canales 2, 4 y 5. Esta nueva organización comercial le dió un gran impulso y desarrollo a su televisión, en el país.

El primer canal gubernamental sale al aire en marzo de 1959, sería el canal 11 del Instituto Politécnico Nacional inicialmente, y no es sino hasta 1969 cuando se informa que será responsabilidad de la Secretaría de Educación Pública, y se utilizará para la transmisión de programas educativos, culturales y de orientación social.

Para 1959 mientras Telesistema Mexicano tenía 20 estaciones en el interior de la República, con las cuales aseguraba la cobertura nacional, por su parte el Estado sólo contaba con canal 11 cuya cobertura se reducía al Distrito Federal, con una modesta potencia. Y aunque la Secretaría de Comunicaciones y Obras Públicas llegó a informar de un probable proyecto televisivo, por medio del cual se le otorgaría un canal a la Universidad Nacional Autónoma de México, esto nunca fructificó.

Durante el gobierno de Adolfo López Mateos, en la década de los sesenta, se promulgó la ley Federal de Radio y Televisión, esta ley establece en materia cultural que será la Secretaría de Educación Pública la que promoverá y organizará la enseñanza a través de la radio y la televisión, con programas

de interés cultural y cívico. Con este fin en 1965 se implementó un proyecto de alfabetización a través de la televisión, que posteriormente en 1970 se transforma en un curso para alfabetizados denominado "Un paso más". En 1968 se experimenta con la telesecundaria, que es el único proyecto con continuidad, que programaba como una de sus asignaturas la materia de música.

De hecho desde los inicios de la televisión en el país, la música formó parte casi exclusivamente de la programación comercial, ya que esta área no se contempla en los objetivos de la SEP en un sentido significativo o trascendente en materia de televisión.

En los sesenta, también aparecen los canales 8 y 13 pertenecientes a los empresarios Francisco Aguirre y Guillermo Sales. Sin embargo su vida como organizaciones televisivas independientes al panorama ya existente es breve, dado que en 1972 con escasos cuatro años al aire son absorbidos por intereses económicos y políticos importantes. El 28 de noviembre de 1972 canal 8 se fusiona a Telesistema Mexicano y nace Televisa. Por otra parte el 15 de marzo del mismo año, el gobierno adquiere el canal 13, a través de la financiera estatal Sociedad Mexicana de Crédito Industrial, SOMEX, que administró el canal desde sus inicios, hasta 1978.

En el periodo de Luis Echeverría Álvarez se retomó en parte, la problemática del desbalance entre los concesionarios y el gobierno en materia de televisión, básicamente el problema de la infraestructura, por ello se adquiere el canal 13, además

se realiza una severa crítica a la programación comercial, retirándose de la programación algunas series televisivas del sector comercial. En 1970 se autorizó a la Secretaría de Comunicaciones y Transportes la ejecución de proyectos de la Televisión Rural, con ello se buscaba ampliar la cobertura nacional.

La programación de la Televisión Rural, después denominada Televisión Cultural de México se integraba esencialmente con los programas de los canales públicos, y en algunos casos de emisiones comerciales. El problema para estos momentos era la producción, ya que no había equipos técnicos ni humanos preparados para afrontar el caso. Y a esta altura, la televisión comercial tenía ya más de una década de funcionar con producciones propias, sobretudo en áreas musicales y humorísticas.

Para 1972, la situación era la siguiente, Televisa contaba con cuatro canales, lo que fortalece el monopolio de televisión, radio y otras empresas en México, y es que conjunta los capitales de Azcárraga, Alemán, O'Farril y Garza Sada. "... La televisión comercial, cuya fuente de financiamiento proviene totalmente del tiempo que vende para la publicidad, incorpora como empresa Televisa, una nueva modalidad que consiste en utilizar los medios de difusión propios para promocionar los bienes de consumo producido por sus demás empresas..."<sup>(13)</sup> Las empresas vinculadas con el capital Televisa son muchas y variadas, simplemente entre 43 de las subsidiarias se encuentran: Editorial Provemex, Editorial Televisión S.A., Cablevisión S.A., Protelec, The U.S. Spanish International Network que es la filial de Televisa en Estados Unidos, Pronesa, Televisión España, Tele

(13) Luis Esparza, op. cit., p. 47.

vicine, Univisión, también está Cabarets y Discos compañía que junto con Televisa contrata artistas mexicanos y extranjeros para presentaciones y grabaciones en un sólo contrato.

El control y expansión que Televisa tiene sobre los medios masivos de difusión es enorme, y en gran medida ha mediatizado las expectativas de los televidentes sobre lo que es la televisión.

Por su parte el sector gubernamental en los setenta contaba sólo con dos canales de televisión, el canal 13 con un modelo de programación denominado mixto (contenido comercial y cultural según versiones oficiales) financiado por el Estado y la publicidad, este régimen administrativo y organizativo provocó confusión y serios déficits económicos. El otro canal era el 11, llamado canal cultural y financiado por el Estado, por lo que sus producciones son limitadas y se ajustan sexenalmente.

Según Jorge A. Lozaya la compra de canal 13 "...obedece a una clara necesidad política, mediante la cual se trataría de enfrentar un segmento de los problemas de la economía mexicana, los causados por la distorsión de la estructura de producción del consumismo provocado por la publicidad televisiva; de otro lado, el gobierno emprendería acciones concretas orientadas a reducir de alguna forma, el poder del monopolio que ejerce un grupo financiero sobre la televisión mexicana".<sup>(14)</sup>

(14) Ibid., p. 63.

Así pues los intereses económicos y políticos matizan la programación de canal 13, y balancearon las temáticas a tratar, la cultura se convertía en un instrumento televisivo, por ello su contenido en sí, no era lo más sobresaliente o necesario de definir, así pues la música, con todo su sentido amplio, enriquecedor, educativo, creativo, lo era menos.

Por otra parte persistían los problemas de espacio y falta de orientación para el canal 13, de hecho en nueve años el canal contó con ocho directores diferentes, cambio dos veces de administrador gubernamental, inicialmente se administraba por medio de la financiera estatal Sociedad Mexicana de Crédito Industrial, SOMEX. Pero en 1978 se decide, que el canal pase a depender de Radio, Televisión y Cinematografía (RTC), por tanto de la Secretaría de Gobernación, lo que provocó cambios significativos en todos sentidos.

La falta de políticas y organización con continuidad para el canal 13, poco a poco le restaron la posibilidad de ejercer su función social, para integrarse al comercio de la comunicación. Lo que sucede es que "... la televisión del Trece es una institución del gobierno, no social".<sup>(15)</sup> Además con el tiempo se convirtió en centro de conflictos económicos y políticos de diversas instituciones gubernamentales, pero según Pablo Marentes para 1982 "ya es un verdadero desastre".

En cuanto al canal 11, su financiamiento en un 85% parte de un corto presupuesto oficial y un 15% de publicidad

(15) Ibid., p. 69.

que incorpora a su programación. Estas condiciones definieron mucho tiempo, lo pobre y escueto de sus producciones, de hecho hasta 1975 se adquirió un equipo de color para el canal.

"El año 1978 significó mucho al canal Once técnicamente. Se mejoraron sus instalaciones, su señal, adquirió la colaboración de RTC y la UNAM en la producción de sus programas; esto le ha permitido concentrar tiempo a producir sus propios programas con una mejor calidad".<sup>(16)</sup>

Paulatinamente el once ha evolucionado, sin embargo se ha visto limitado en su programación, algunas de las objeciones al canal provienen de Secretarías de Estado o grandes consorcios norteamericanos.

De cualquier manera, en el ámbito musical el canal once se mantiene muy al margen, y en cuanto llega a aparecer alguna producción que no sea lo que institucionalmente se maneja en el campo musical se limita o restringe, tal es el caso de "Rock's en el 11", programa que se tratará posteriormente.

Otra organización significativa dentro del sector gubernamental es la Televisión Rural de México que se creó en marzo de 1972, bajo el nombre de Televisión Cultural de México. Inicialmente la Televisión Rural se nutría con programas del canal 13 y 11, en muy contados casos de programas de Televisa. En 1978 esta dependencia pasó a ser responsabilidad de RTC, y la participación de Televisa se incrementó notablemente.

(16) Ibid., p. 70.



"La Productora Nacional de Radio y Televisión, - - - PRONARTE, dependiente de RTC, es creada en 1977 con el objeto de producir material para colaborar con los canales oficiales, con TRM y hacer programas que se incluyan en el tiempo fiscal". (17)

En 1980 por iniciativa del entonces secretario de Gobernación Olivares Santana, se crea Televisión de la República Mexicana, organismo que sin una definición precisa regularía la actividad de los subsectores productivos de la televisión gubernamental y estaría al pendiente de la cobertura nacional. Poco a poco, toda la actividad televisiva se iba controlando a través de una sola secretaría, la de Gobernación. El golpe de gracia en este proceso centralizador, se daría en 1983 con la creación de los Institutos.

A principios de 1983, en el inicio del sexenio de Miguel de la Madrid se crean tres institutos "supuestos" rectores de la actividad organizativa en el área de Televisión, Radio y Cinematografía, dependientes de Gobernación, nuevamente los intereses políticos gubernamentales sobre el uso de los medios de difusión masiva se hacen explícitos, al ser la Secretaría de Gobernación la que los controle, y no Comunicaciones y Transportes o Educación Pública.

Pablo Marentes es nombrado director del Instituto Mexicano de Televisión. Y dos años después, el 2 de mayo de 1985 fungiría como director de Imevisión.

(17) Ibid., p. 76.

Imevisión es una reestructuración que enfatiza la función política de los medios, en donde: "Uno de los principales objetivos es el coordinar de manera horizontal y bajo una sola estructura administrativa la actividad de los canales estatales, que estuvo dispersa durante más de 26 años, a fin de que tal sistema esté 'efectivamente' al servicio de los programas y políticas del Estado". (18)

Los objetivos de Imevisión definitivamente responden a los lineamientos políticos del gobierno de Miguel de la Madrid. Los medios de difusión, la televisión se contemplan como instrumentos con funciones políticas que cumplir, no se trata de funciones sociales como objetivo prioritario, y la programación, como se verá, lo constata.

Imevisión está constituida por dos redes nacionales, el canal 7 que comienza sus transmisiones el ocho de mayo de 1985. Este canal será el eje de la televisión gubernamental, cuenta con 99 repetidoras en todo el país, y será la red con mayor cobertura geográfica superior a la del canal 2 de Televisa. La otra red nacional la conforma el canal 13 que funciona con 44 repetidoras en el país superando al canal 5. Los otros canales que se integran a la corporación son el 22, que se transmite en UHF exclusivamente en el DF y área metropolitana, el canal 8 de Monterrey, el 2 de Chihuahua y su repetidora, el canal 11 en Ciudad Juárez. Y queda excluido de Imevisión el canal 11 por ser dependiente del IPN y la SEP.

(18) Raúl Álvarez, "La TV estatal fue integrada al sistema de Imevisión", La Jornada, 030585, p. 12.

Al respecto de otras organizaciones televisivas gubernamentales, Pablo Marentes, director de Imevisión declaró el 28 de agosto de 1985, para la Jornada que: Pronarte desapareció y así se informó a la prensa desde el año pasado, al fusionarse el Instituto Mexicano de TV. Lo que ocurre es que ahora el equipo de esa productora trabajará directamente bajo el ámbito de Imevisión, pues no tiene objeto un nombre y personalidades diferentes. Otro tanto paso con Teleproductora del DF y Televisión de la República Mexicana que forman parte del patrimonio de Imevisión.

Así pues desde 1985 se comienzan a transmitir a través de Imevisión, mensajes televisivos que según las metas mencionadas por Pablo Marentes serían proporcionar información objetiva, apoyo a la educación y cultura populares, estimulación del desarrollo armónico de la niñez y juventud y contribución a la preservación de los valores en los que se funda la identidad nacional, y al mismo tiempo proporcionar un sano esparcimiento.

Sin embargo, la programación de Imevisión comienza con desajustes y recursos limitados, lo cual restringe sus posibilidades de mantener continuidad en sus mensajes. De hecho desde que surge la televisión pública en México ha vivido una serie de desajustes y falta de continuidad en su programación ya que se ha sujetado a decisiones y políticas sexenales, en las cuales, la televisión siempre es utilizada como un instrumento de legitimación del grupo en el poder, esencialmente.

En este sentido es comprensible, que en el Programa Nacional de Educación, Cultura Recreación y Deporte 1984-1988 se enuncien como objetivos, "... conservar y fortalecer las instituciones democráticas; vencer la crisis; recuperar la capacidad de crecimiento; e iniciar los cambios cualitativos que requiere el país en sus estructuras económicas, políticas y sociales... La educación debe contribuir a consolidar paulatina y lentamente la sociedad igualitaria, la Renovación Moral, el Nacionalismo Revolucionario, la Descentralización de la vida nacional y la Democratización Integral, orientaciones esenciales del actual Gobierno de la República... Educación y comunicación no pueden operar como compartimientos estancos. Es necesario una estrecha conexión entre ambas con derroteros bien marcados por los intereses de la Nación. La debida coordinación del Sector con los medios de comunicación social puede ser una forma eficaz para transmitir contenidos culturales y educativos". (19)

Por otro lado la televisión privada (Televisa) en continua expansión señala a través de uno de sus principales voceros, Raúl Velasco, en una entrevista el 28 de septiembre de 1986, que la cultura de masas es enseñarle a las masas a conocerse a sí mismas, a saber quiénes son y por qué son y el significado de nuestras tradiciones. "Todo eso, respecto a nuestro país, ya lo agotamos", dice Velasco y agrega que por eso ahora pasan al exterior; ahora a que las masas conozcan Latinoamérica. Pero no dándolo como una cáte-

(19) Programa Nacional de Educación, Cultura, Recreación y Deporte, 1984-1988, México, 1984.

dra, sino poco a poco, entre una diversión, un chiste, una canción...

Desgraciadamente al parecer, en la televisión mexicana, una diversión, un chiste, una canción, la educación y cultura son el "algo más", el "relleno", cuando los intereses políticos y económicos son claramente otros.

### 2.3. Estructura de la Programación Televisiva

Aunada a la historia de la televisión se encuentran los mensajes que maneja, esto es, la programación. La cual ha vivido un proceso de desarrollo paulatino y cada vez más complejo en función de los avances tecnológicos y expansivos de las organizaciones televisivas.

Así pues en sus inicios los programas que se transmitían eran básicamente en vivo, transmisiones directas, además el tiempo de programación diaria se limitaba a tres o cuatro horas.

Conforme los recursos lo permitieron se comenzaron a realizar producciones propias, se transmitían películas, y se amplió por tanto el lapso diario, que permanecía una estación televisiva al aire. Asimismo se diversificaron los tipos de programas, en función del modelo norteamericano principalmente, estableciéndose una cierta tipología de los mensajes televisivos, pues se transmitían noticiarios, telenovelas, películas, y

a cada tipo de programas se les iban estructurando tiempos, en función de las posibilidades de horario de los previsibles teleespectadores.

A los niños se les estructura una barra televisiva por las tardes, los noticiarios se programan para la mañana y tarde, las películas se pasaban en horarios nocturnos o vespertinos, etc.

Ahora bien, concretamente en el caso de los programas musicales, los momentos significativos para esta investigación, comienzan en la década de los sesenta, primeramente porque se trata del surgimiento de programas musicales para niños y adolescentes de manera continua y trascendente en la programación en general. En segundo lugar porque la televisión se consolida ya, como un medio de difusión masiva en esa década, esto es, la televisión se inserta en las familias mexicanas como parte de ellas, de hecho para 1957 ya se puede hablar de un número importante de televisiones, ya que existían 300 mil aparatos receptivos, además para estos momentos es cuando aparece el primer canal de la televisión pública, el canal 11.

Desde lo que se considera como el inicio de la programación musical por televisión, se aprecia la utilización comercial de los espacios, como lo hace Telesistema Mexicano, al promover a los artistas y sus canciones. Desde estos inicios la música se presentaba ante la nueva posibilidad técnica de la televisión, para implantar códigos masivos de identificación y gustos, si bien la radio ya había realizado una labor signifi

cativa en este sentido, ahora lo había la televisión, con la diferencia de que mientras la radio permitía la creación espontánea de formas de escucha, la televisión genera esquemas de atención, muy definidas. De hecho, a través de la música, la televisión refuerza, redondea y delimita con mucho mayor penetración, los mensajes a difundir.

Ahora bien con el fin de esclarecer la situación de la programación musical concretamente de 1960 a 1985, (el caso de la programación actual se analizará posteriormente), se analizan únicamente el caso de los mensajes televisivos musicales, no se realizan análisis comparativos con otros tipos de programas. Sin embargo en el caso de la programación actual, el énfasis sigue siendo la música pero en función de los tiempos y las características de la programación en general.

El objetivo de estos dos análisis es recuperar los antecedentes televisivos musicales como tales, para interpretar la importancia del mensaje musical actual frente a todas las temáticas televisivas.

#### *Criterios de Análisis*

Antes de pasar a los siguientes incisos es conveniente definir los criterios de análisis.

Estos criterios no pretende establecerse, ni justificarse como una caracterización aplicable a cualquier investi-

gación televisiva, son simplemente instrumentos eficaces para el análisis de la programación por televisión, en esta investigación.

La utilización de los criterios de análisis es parte de la metodología de la investigación. Esta metodología se fue creando conforme se desarrolló este estudio. Por ejemplo, todas las categorizaciones que se estudiaron y revisaron desde la que propone la Ley Federal de Radio y Televisión hasta la de autores modernos que analizan la televisión, generalizaban y vinculaban los mensajes musicales con otros. Por lo que estos criterios no eran útiles para este análisis, de ahí que se implementaran criterios con más detalle, retomando elementos significativos del material que se revisó.

En este sentido, las diferenciaciones que se hacen en cuanto a los mensajes televisivos se basan en la temática que se maneja, no se toma en cuenta a los espectadores para definir los criterios dado que sería objeto de otra investigación, el interés es implementar herramientas de análisis con el mensaje mismo. Así pues, como el objetivo es la música por televisión se tipificó la programación, de tal forma que permitiera analizar claramente el objeto de estudio.

En este sentido una primera diferenciación que se hace es entre los programas musicales y la musicalización de programas.

Se entenderá por programas musicales televisivos, aquellos mensajes en donde el contenido dominante sea el musi-

cal, en donde la música se presente siempre en primer plano.

Además los programas musicales presentarán a los cantantes o músicos. El contenido dominante musical estará determinado por el tiempo, por esta razón es que algunos programas no han sido considerados como musicales, dado que aunque presentan a los intérpretes y su música, el tiempo predominante del programa lo ocupan concursos, actuaciones cómicas, etc.

Ahora bien, la musicalización de programas, es la otra forma de presentar la música por televisión, esta modalidad refuerza, apoya, anima, alegra y hasta puede llegar a contradecir el contenido de un programa, de hecho es un fenómeno sumamente importante poco estudiado, en donde la música se utiliza en segundo, o tercer plano, muy pocas veces en primer plano, y de ser así es por unos cuantos segundos, el intérprete no aparece. Un buen musicalizador puede darle vida, interés y trascendencia a un programa que por el mensaje verbal o imaginal que maneja, no los tendría.

Otra tipificación que se hizo para facilitar el análisis, fue la división de la programación por tipos de programas. Este análisis se usó básicamente con el fin de conocer la distribución de tiempos y temáticas de la programación. En este sentido se establecieron 12 tipos de programas:

1) NOTICARIOS: Se consideran los programas diarios que se avocan a la transmisión de los acontecimientos noticiosos, la estructura de éstos es la presentación de las noticias ilustradas en ocasiones con imágenes. Tal es el caso de En

lace, Día a Día, 24 Horas o Notivisa, entre otros.

- 2) PERIODISTICOS: En este renglón se tomaron en cuenta los programas que trataban temas actuales, de interés general. Su dinámica a veces se presenta a través de mesas redondas, se utiliza el reportaje o la entrevista. Por lo general se trata un solo tema durante el programa, o se presentan cápsulas informativas que difieren en tiempo y temática de las noticias. Ejemplos de estos programas son: Reportaje, Contrapunto, Aquí nos tocó vivir, El reverso de la moneda, entre otros.
- 3) EDUCATIVOS: En este caso se ubicaron aquellos que colaboran en el aprendizaje y desarrollo de los televidentes. Es to es, se emplean métodos y técnicas educativas, en donde la repetición de ciertos elementos es importante para estos mensajes. En estos casos se encuentra, Follow me, Telesecundaria, Actualización de la SEP, Temas de Primaria, etc.
- 4) PELICULAS: En este caso están todas las películas que se transmiten por televisión, sin tomar en cuenta las películas seriadas que se presentan en tres o cuatro capítulos, comunmente llamadas miniseries.
- 5) SERIES: Por series se entienden los mensajes que siguen una trama o historia en cada programa, que se transmiten con determinada frecuencia (semanal o quincenal) acerca de protagonistas o temáticas, iguales o parecidas. Por lo general se trata de programas extranjeros en su mayoría no teamericanos, en este caso están: El auto increíble, La is-

la de la fantasía, El Justiciero, El precio del deber, etc.

- 6) CULTURALES: En este renglón se agruparon programas que tratan temas de interés general, en el campo de las artes o ciencias. Tal es el caso de Los grandes autores, El gran mundo del teatro, El cuento, Lo mejor de las artes, etc.
- 7) SERVICIOS: Este tipo de programas son los que ofrecen un cierto tipo de servicio al público, ya sea orientación jurídica, cinematográfica, culinaria, entre otros, en este tipo de mensajes están: El foro del consumidor, La guía de cada día, Cartelera cinematográfica, etc.
- 8) DEPORTIVOS: Cualquier programa que transmita alguna actividad o resumen deportivo entra en este rubro. Así pues un partido de fútbol, o Deporterama, Goya, Acción, etc., son deportivos.
- 9) TELENOVELAS: En este tipo de programas se encuentran aquellos que narran una historia por capítulos, que comúnmente suman 120. Su emisión regularmente es diaria, salvo en algunos casos. Su diferencia con la categoría de Series, es que es una historia mucho más larga, además de que las telenovelas en su mayoría son producciones mexicanas o latinoamericanas. Como ejemplos tenemos, Rosa Salvaje o Senda de Gloria.
- 10) VARIEDADES MUSICALES Y COMEDIAS: Este tipo de mensajes televisivos son importantes por la diferencia que establecen con los musicales. Las variedades musicales manejan como

mensaje predominante las actuaciones, los concursos, los chistes, más no la música, esto es, el tiempo televisivo musical no representa ni la mitad del programa. El caso de las comedias es más claro, ya que se trata de mensajes humorísticos presentados con actuaciones de situaciones "cómicar" o caracterizaciones de los animadores. De esta categoría quedan excluidos los programas que presenten cantantes o concursantes o animadores que sean niños o jóvenes. Ejemplos de este renglón son, Entre amigos, El mundo del espectáculo, etc.

- 11) INFANTILES-JUVENILES: Los mensajes de este tipo presentan animadores, actores o concursantes, niños, adolescentes o caricaturas, pero en donde lo más sobresaliente es el concurso, la actuación o la animación del mensaje, cuando hay música ésta no es lo básico del mensaje. En algunos casos se analiza la problemática que viven los adolescentes o niños. Inicialmente se pensó que se tratara sólo de la barra infantil, sin embargo había programas que por su temática eran propiamente para adolescentes, y realmente no son muchos por lo que se incluyen y mencionan en este rubro. Ejemplos al respecto son, El pájaro loco, Gigio, Tú a alguien le importas, Chicos y grandes poniéndose de acuerdo, La abeja maya, etc.
- 12) MUSICALES: Finalmente esta categoría, la más importante en esta investigación fue delimitada con las siguientes características: Programas en donde predomine en temática y tiempo la música, pero con el requisito de que se presenten

los intérpretes, no importando si se trata de programas en estudios o locaciones exteriores, ni si son videoclips. El eje de estos programas es la vinculación entre el comunicador musical y sus telespectadores. La música siempre se presenta en primer plano. Ejemplo de esta categoría son Nostalgia, Para bajitos, Estrellas de los 80, Video Exitos, La hora de Bellas Artes, etc.

Estas 12 diferenciaciones permiten estudiar la información predominante en la temática de los programas, con la mayoría de sus características, por ello no se establecieron tres o cuatro grandes rubros como se hace en la ley Federal de Radio y Televisión.

La diversificación del mensaje televisivo así hecha, da la oportunidad además de analizar con muchos más elementos definidos, el objeto de nuestro estudio, el mensaje musical televisivo, los programas musicales propiamente.

Es oportuno aclarar además que estos 12 tipos de programas se utilizan esencialmente para analizar la programación actual, aunque con los otros incisos se conserva la caracterización de los programas musicales.

#### 2.4. Antecedentes de la Programación Musical

Los antecedentes de la programación musical en la televisión mexicana, en términos estrictamente literales comienzan desde el inicio de la televisión comercial, de hecho el primer programa que se transmitió fue un concierto sinfónico, el

29 de julio de 1950 a través de canal 4 concesionado a Rómulo O'Farrill. (20)

Sin embargo esa década fue casi experimental dado que los diferentes concesionarios, eran los pioneros de la televisión en México, por esta razón, así como por el hecho de que el primer canal público (canal 11) salió al aire en 1959 momento en el que ya estaba integrado Telesistema Mexicano. Y finalmente porque para 1960 aproximadamente, el rocanrol empieza a escucharse y vivirse en nuestro país; por todas estas razones el momento significativo para la programación musical por televisión con énfasis en la música infantil y juvenil, surge a partir de los años sesenta.

De cualquier manera los años iniciales de la televisión mexicana vivieron momentos musicales tan importantes como la inauguración del estudio "A" de Televisión con un programa musical que patrocinaba la Cervecería Modelo en 1951. El elenco de ese programa lo encabezaba Imperio Argentina y Los Cocheros. (21)

Para cuando se fusionan los canales 2, 4 y 5, y nace Telesistema Mexicano surge un programa musical con un gran impacto en la época (1955), su nombre Max Factor. Este programa tenía como animador a Carlos Amador, y una de las artistas que se presentaban era Virginia López. (22)

(20) Teleguía, No. 1233, p. 6.

(21) *Ibid.*, p. 8.

(22) *Ibid.*, p. 4.

También en 1955 nace el primer programa musical y de entretenimiento, con entrevistas: Estudio Raleigh en donde cantan a dúo Dora María y "El pajarito" Moreno.

Para 1957 comienza a tomar fuerza el primer programa de música ranchera en el canal 2, Noches Tapatías. (23)

Los programas musicales en los años cincuenta son mensajes más que nada vinculados a momentos previos, en los cuales la radio era la reina, es como una época de nostalgia al pasado musical, pero al mismo tiempo la antecede a la nueva etapa, de hecho los programas musicales para niños y adolescentes como tales, comienzan a surgir hasta los años sesenta.

Sin la intención de esquematizar el mensaje musical, y para descifrar los antecedentes de la programación musical de los años sesenta hasta los ochenta, se establecerá que, por música ranchera y folclórica se entenderá aquella que involucra a mariachis, grupos étnicos e instrumentos prehispánicos; por música romántica se recuperará básicamente el bolero interpretado por tríos o solistas con instrumentos acústicos. La música clásica implicará una interpretación musical con instrumentos sinfónicos. También se utilizará en algunos casos el término música orquestal internacional, que como se indica hará referencia a la música interpretada por orquestas (no sinfónicas) de diferentes países. Finalmente vendría la música infantil y juvenil, la cual está por demás explicada.

(23) Ibid., p. 8.

La utilización de determinados instrumentos son los que brindan esencialmente las diferenciaciones musicales, así pues los instrumentos electrónicos tienen un papel clave en el caso de la música juvenil, instrumentos sinfónicos en el caso de la música clásica, los acústicos en la folclórica, etc.

Aunque es obvio, cabe destacar que existe la posibilidad musical de combinar instrumentos, es por ello que en el mensaje musical por televisión para niños y adolescentes se integran características particulares, además de los instrumentos. En este sentido lo importante es definir la diferenciación de este tipo de mensajes musicales por televisión frente a "otros". Por ello no se trató de delimitar con toda rigurosidad los "otros" programas musicales.

Así pues, la misma historia de la programación musical recuperará los elementos que diferenciarán a los programas musicales para niños y adolescentes, de los "otros", llámense folclóricos, clásicos, románticos, etc.

Regresando a la historia, se observa que en los primeros años de los sesenta, la televisión presenta a intérpretes como Los Tres Soles, Catalina Aguilera, El Mariachi Colima, el Trío Tariácuri, el Mariachi Vargas, entre otros. De hecho en el desfile de éxitos de julio de 1963 el primer lugar lo ocupaba José Alfredo Jiménez con Llegó borraro el borracho, siguiéndole una serie de piezas rancheras y boleros interpretados por mariachis y tríos esencialmente. (24)

(24) Telegrafía, No. 570.



Las orquestas en estudio tocando piezas norteamericanas eran también parte de ese momento musical de la televisión, en cuanto a la música clásica había dos programas en canal 11, "Música y músicos inmortales" e "Iniciación a la música". (25)

Para 1963, la programación musical se concentraba en los canales de Telesistema Mexicano que además eran tres, frente a uno del Estado. Dentro de este panorama se observa que de los 28 programas musicales que se transmitían en la televisión, sólo cuatro eran de canal 11, de los cuales dos eran de música clásica, uno de música folclórica y otro más de música romántica. (26)

Para este momento ya se empieza a escuchar una nueva música, a la que se llamó "Nueva Ola", la cual tenía raíces norteamericanas que se introduce a México con rasgos eminentemente comerciales a través de la compañía disquera Orfeón. Esta "Nueva Ola" integraba, caras y voces jóvenes, ritmos nuevos, letras ligeras, pero al fin y al cabo se vivía como una música extraña a la música predominante de ese momento. Y ciertamente el nuevo momento musical-juvenil se asimila socialmente así, como un agente externo, no propio, un tanto fuera de contexto. Un ejemplo claro es el desfile de éxitos que en julio de 1963 sólo tenía boleros y canciones rancheras, para saltar abruptamente en octubre del mismo año a ubicar en primer lugar a Despeinada, rock de Palito Ortega con Manolo Muñoz, co

(25) Idem.

(26) Teleguía, No. 502.

mo la única y primera canción de la "Nueva Ola", entre los boleros y las rancheras. (27)

Para estos momentos los programas musicales predominantes eran los románticos y folclóricos, en segundo lugar estaban los mensajes musicales clásicos y orquestales internacionales, y finalmente los musicales para niños y adolescentes, en este último caso hablamos sólo de Telesistema Mexicano.

Los cantantes y músicos del momento eran pues, Los Tres Ases, Lucha Moreno, Alfonso Prado, Percy Faith, Ray Coniff, Pepe Morris, y se comenzaban a escuchar Angélica María, Manolo Muñoz y Julissa entre otros.

Ya en 1964, la nueva música se integra más al desfile de éxitos, ya se colocan tres canciones juveniles. Despeinada, Magia Blanca y Para cuando joven, esta última es un twist norteamericano que cantaban en español Los Hooligans.

Vicios musicales comienzan a formarse, y grupos mexicanos hacen traducciones o simplemente le ponen letra en español a canciones exitosas de Estados Unidos, poco a poco los músicos jóvenes van surgiendo, pero con una idea fragmentada de lo que es la música, separando la elaboración, composición e interpretación musical, como funciones aparte.

1964 es un año importante para la música juvenil al surgir programas como Premier Orfeón, Nuevos Valores, Todos a

(27) Idem.

Bailar o Automex Presenta; estos programas de Telesistema Mexicano fueron los que lanzaron más enfáticamente a los jóvenes intérpretes, cuantitativamente son pocos mensajes televisivos, ya que predominan los mensajes musicales folclóricos-rancheros y románticos, con la variante de que estos géneros se combinan con la comedia.

Al parecer, la música "nueva" juvenil requería su vizarse, por lo que el nuevo sonido y sus intérpretes se integraron a la televisión acompañados; la música y la comedia se vincularon, dando lugar a los programas denominados de "variedades". Este tipo de programas le restaron fuerza a la música como factor del cambio musical, aún en el campo comercial.

Por otra parte surgió el programa "Jazz" en canal 11, que contemplaba ese otro lado de la música moderna, donde la comercialización no había incursionado: el jazz. Este programa matiza la programación musical de canal 11 donde predominaba para 1964, la música clásica. (28)

Los intérpretes comerciales que comienzan a despuntar a través de la televisión son: Rocío Dúrcal, Los Locos del Ritmo, Los Hermanos Carrión, Enrique Guzmán, César Costa, Elvis Presley y Los Beatles.

En otro renglón, los programas infantiles se contemplaban bastante diferenciados de los juveniles, no se trataba de esa vitalidad y fuerza del rocanrol, los niños seguían sien-

(28) Teleguía, No. 611.

do para los productores de televisión, parte de un mundo de muñecos y caricaturas, así con esta idea aparecen programas como Niñerías mensajes de concursos y canciones, o bien Carrusel Infantil donde cantan niños actores de Televisión, o Estrellas Infantiles. Hay que notar que la denominación de los programas en sí misma, encierra una diferenciación muy evidente con cualquier otro tipo de programa musical.

Para 1965 aparecen nuevos programas comerciales que difunden los ritmos juveniles, tal es el caso de Debate musical, La Ola Baby, Hulla Baloo, Constelaciones General Popo, Ciclorama Musical, entre estos programas resulta significativo el hecho de que se introducen cada vez más insistentemente artistas y piezas norteamericanas, lo cual se nota desde el nombre de los nuevos programas. (29)

En el caso de canal 11 aparece un nuevo programa musical folclórico, Música Tradicional, y se mantiene el predominio del mensaje clásico.

La relación compañías disqueras-televisión se vuelve más evidente y explícita como en el caso de Debate Musical, donde se difunden los discos y cantantes de la firma Mussart, que junto con Peerless, RCA, CBS, Orfeón y Gamma son las más importantes de la época. (Actualmente Televisa cuenta con cinco compañías disqueras entre las que están Lasser, Gamma y Telediscos. Por lo que al parecer, a Televisa le interesa más el con-

(29) Teleguía, No. 685.

trol disquero a través de los intérpretes y compositores, y negociar publicidad, con empresas disqueras como EMI, WEA o Poligram).

Cabe destacar para este momento, que las canciones en inglés traducidas al español ya tienen mucha fuerza, de hecho, y la amo, de los Beatles interpretada por Santo y Farina en español, se encuentra en el segundo lugar de popularidad. Además las canciones extranjeras con preferencia norteamericanas, se popularizan, comercializan, y surge el programa Hulla Baloo en donde se presentan sólo cantantes y grupos de Estados Unidos como Jack Jones, The Shaw, Wooly Bully, etc.

En cuanto a los niños, el programa La Ola Baby comienza a manejar la estructura de un programa juvenil, en cuanto a la forma de presentar a los niños y sus canciones. Como figuras importantes en este renglón están Janette Arceo, Pily y Rosita, Genaro Moreno y el Conjunto Alvarado.

En 1966 suceden una serie de mezclas interesantes en los programas musicales, ya que aparece un programa como Ritmo 67 en la televisión privada, en donde se presentan intérpretes nacionales y extranjeros, modernos y viejos, rock y música romántica, tal es el caso de Eva María, Trío Los Montejo y Los Beach Boys en un mismo programa. Este fenómeno también se evidencia en las listas de popularidad, ya que junto a Rocío Dúrcal aparece Petula Clark, Nancy Sinatra, Angélica María, Connie Stevens, o bien junto a George Maharis está Enrique Guzmán, Los

Beatles, Elvis Presley y Alberto Vázquez, entre otros. (30)

Sin embargo por otro lado, también se establecen diferencias claras, al surgir programas como Nocturnal con música romántica exclusivamente, Club Infantil Mexica que regresa a la música de Cri-Cri, y Acción 6:30 programa que difunde únicamente música juvenil. (31)

Para 1967 el número de programas musicales en general se incrementó considerablemente, la música juvenil (a go-go y rocanrol), dominaba el panorama a través de programas comerciales como Clan a Go Go, o, Fanáticos a go go además de Premier Orfeón que ya contaba con tres años al aire, por lo que se consolidaba como un importante programa difusor de los cantantes y grupos juveniles. (32)

Este año sale al aire en el canal 11, un programa de música clásica para los jóvenes, se llamaba Música para gente joven, y presentaba concretamente música de cámara, este antecedente es importante por ser de hecho, el primer programa para jóvenes en ese canal. (33)

Desde 1968, el panorama comienza a cambiar en relación a años anteriores, primeramente porque algunos programas se transmiten a colores, se anuncia el surgimiento del canal 8

(30) Teleguía, No. 744.

(31) Idem.

(32) Idem.

(33) Teleguía, No. 760.

y 13, y aparecen en televisión los primeros grupos de rock mexicano con letra y música de los mismos grupos. Estos acontecimientos poco a poco definen lo que será el panorama de la música por televisión en los setenta.

El surgimiento de los nuevos canales implica una competencia y reorganización en la programación y estructura televisiva que culmina con la creación de Televisa y la compra gubernamental del canal 13. Por otra parte la introducción del color en la televisión repercutirá en la construcción y penetración de las imágenes. Finalmente la posibilidad de crear un estilo musical entre los adolescentes, con letras y música de grupos mexicanos cambiará la idea de lo que había sido la música juvenil en los años sesenta.

Así pues los cambios más significativos en la programación musical son la aparición de Happening a go go, que se transmitía por canal 5, y presentaba grupos mexicanos como Los Tequila, Los de la Clase Media, El Hangar Ambulante, entre otros, contrastando con Los Rocking Devils, Los Leo o Johnny Dínamo que presentaba Premier Orfeón. Además también surge la primera clase de educación musical por televisión, que se transmitió en un canal comercial.<sup>(34)</sup>

Para 1969 aparecen los primeros programas musicales del canal 13 y 8, con ideas tan innovadoras en el campo videomusical como el presentar a cantantes y grupos norteamericanos

a través de la filmación de sus conciertos, con ello se marcan los antecedentes de lo que actualmente son los videoclips. Tal fue el caso de Hits Hits Hits en canal 8, Disco 13 y Club Beat a Go Go, en canal 13.<sup>(35)</sup>

Los nuevos canales presentaban además una programación musical cuantitativa y cualitativamente importante frente a Telesistema Mexicano y canal 11, con acentuación en el caso de la música juvenil, así se observa que el canal 8, presenta cuatro programas musicales juveniles, y canal 13, dos; frente a tres de Telesistema Mexicano y dos de canal 11. De hecho la entrada de los nuevos canales a la estructura televisiva mexicana revitaliza y dinamiza los patrones de lo que venía siendo la música juvenil hasta ese momento, la música juvenil se enviaba poco a poco entre nombres y armonías repetitivas, los cantantes parecían permanecer intocables, a través de la década, y resulta que según las listas de popularidad de Teleguía, como cantantes modernos aparecen en primer lugar: Alberto Vázquez y Angélica María con sus canciones de mediados de década, (para 1969!

Otros matices para la música juvenil, fueron el primer festival de la Canción Internacional que se celebró ese año, y la difusión masiva de un grupo de intérpretes y músicos jóvenes que tocaban la música folclórica. Estas dos variantes refuerzan por un lado (Festival de la Canción Internacional), el sentido comercial de la industria musical, y por el otro lado la necesidad de manifestar el cansancio y rechazo a los patro-

(34) Teleguía, No. 848.

(35) Teleguía, No. 864.

nes comerciales musicales de los años sesenta, regresando a los instrumentos musicales acústicos, a los ritmos de las comunidades indígenas, a las canciones revolucionarias, etc.

Y así recibe la música por televisión a la nueva década, periodo clave por la reestructuración que sufre la televisión mexicana, tanto pública como privada.

En los albores de la nueva década de los setenta, el panorama en la programación musical se altera, ya que disminuye el número de programas musicales, sin embargo se comienzan a plantear líneas claras en la difusión de distintos géneros. Aparece en canal 11, Encuentros, programa que difunde la música de los compositores nuevos de la canción mexicana recuperándose la idea de síntesis en la música, esto es, elaboración e interpretación como partes de un sólo proceso musical. Además el mismo canal 11 produce Un niño una fantasía, programa sobre danza infantil, elemento que anteriormente había sido contemplado, como un espectáculo clásico, para gente adulta. (36)

En el rubro de la música infantil, el canal 8 comienza a difundir un programa de caricaturas sobre los Beatles, este mensaje es el primero que vincula la música y grupos anteriormente presentados para jóvenes, con los niños. (37)

Los adolescentes por otro lado tiene espacios musicales por televisión claramente definidos, Telesistema Mexicano

presenta a esos artistas mexicanos o latinoamericanos interpretando aquello que comercialmente se apoya, empieza a sonar el nombre de José José, por ejemplo. Canal 8 y canal 13, por otra parte se avocan a difundir música extranjera de cantantes jóvenes, esencialmente norteamericanos.

En este momento el rocanrol como moda comercial (no como movimiento musical) se empieza a debilitar, va surgiendo una nueva canción moderna, que es de corte romántico, que se denominará "balada", esta nueva música integra desde sus inicios los elementos televisivos para su comercialización, y empiezan a sonar nombres como Carmela y Rafael, Mona Bell, José José, Juan Gabriel, etc., además de los cantantes ex-rocanroleros como Angélica María, Manolo Muñoz, Alberto Vázquez, entre otros, "El intérprete necesita ser ahora un showman, siguiendo el estilo desarrollado, a partir de los años sesentas, por los españoles Raphael y Camilo Sesto, el argentino Sandro y el ladrillero británico Tom Jones. La canción se vuelve espectáculo y adquiere un valor casi puramente visual, lo cual va en detrimento de la creatividad musical". (38)

Para este momento la separación entre intérpretes-compositores es comercialmente un fenómeno muy claro, por lo que para la balada del momento surge un grupo de compositores comerciales, entre los que se encuentran Armando Manzanero (ex-compositor de rocanrol), Héctor Meneses, Sergio Esquivel y Do

(38) Yolanda Moreno Rivas. "Música del rock: Idolos rocanroleros", Historia Ilustrada de la Música Popular, p. 11.

(36) Teleguía, No. 957.

(37) Teleguía, No. 943.

lores de la Colina, su característica era practicar el estilo moderno "internacional" con rasgos de balada romántica.

Sin embargo todavía en 1971, contrastando con la balada comercial, existían programas que difundían el rock mexicano que para ese momento comenzaba a definirse con características propias a través de grupos como La Revolución de Emiliano Zapata, Javier Bátiz, El Grupo Tequila, etc. Ejemplos de estos programas eran Disco Club en el canal 8 o Aplauso en canal 4, desgraciadamente esta alternativa para la música juvenil duró y se difundió muy poco, por todo lo que el rock significaba ya, como un género propio de los jóvenes de ese momento. (39)

Para este año, el canal 11 toma la bandera en la música alternativa que viene surgiendo, la que se llamó de protesta, que era básicamente folclórica, y que fue vista como la posibilidad de oponerse a la penetración cultural, por ello se regresa a la instrumentación acústica con instrumentos autóctonos como Kenas, charangos, zampoñas, violines huastecos, etc.; con este tipo de música juvenil, (porque además implicaba la participación de gente joven), surge el programa Nueva música en México, en canal 11. Aunque desde luego se mantiene el predominio de la música clásica. (40)

Canal 8 y 13 para este momento comienzan a transmitir programas de concurso música-baile juvenil que son Gane

(39) Teleguía, No. 995.

(40) Teleguía, No. 973.

bailando y Hot pans vs. minifalda, ambos comerciales.

En 1972 la promoción a cantantes norteamericanos es notoria, los intérpretes de la música juvenil por televisión se concentran en figuras como Tom Jones, Aretta Young, Paul Anka, Rolling Stones, Shirley Bassey, Glen Campbell, etc. Sólo canal 11 se mantuvo con su programación musical folclórica de protesta, clásica y romántica. (41) Canal 13 todavía en manos privadas, integra e innova intensamente su programación musical para niños y jóvenes, y aunque mantiene sus programas de música extranjera como Canzionízzima, Promoción Musical, Acuario, Musical de la Juventud, Sesión de Jazz; también aparecen programas de música de protesta-folclóricos como Folclorama, El Folclore urbano, Ciclorama de México o Latinoamérica Ya. Se incrementan asimismo los programas musicales clásicos, como Concurso de música clásica o Escenario Sinfónico, finalmente para niños se crea un programa en donde se analizan las canciones de Cri Cri: Sentido Social de las canciones. Con esta barra musical el canal 13 en 1972 es el más importante en este renglón, ya que además, los canales de Telesistema Mexicano se encuentran muy ocupados en la producción de comedias, aunque es importante mencionar que en este año se organiza el concurso nacional de Nuevos Valores, antecedente del actual Valores Juveniles Bacardi. (42)

(41) Teleguía, No. 1012.

(42) Teleguía, No. 1038.

Canal 8 por su parte, sólo integra 3 nuevos programas musicales, que difunden básicamente baladas.

Y a pesar de que en este año la situación política organizacional de la televisión mexicana se transforma, dado que el 28 de noviembre canal 8 se fusiona a Telesistema mexicano y nace Televisa, y un poco antes el 15 de marzo el gobierno compra el canal 13, la música a difundir por TV, no sufre grandes cambios cualitativos, las modificaciones son de índole cuantitativas.

Así pues en 1973 se retomará en canal 13, la música orquestal internacional y romántica con programas como Buenas tardes musicales, Revista Musical, Sucesos musicales, El show de Fitzgerald, Especialísimo o Sábados con Saldaña, disminuyéndose la barra musical juvenil, en este campo sólo surge un programa de música clásica denominado Concierto para la juventud, en cuanto a la música infantil se desaparece cualquier intento. (43)

Contrariamente en canal 11 se refuerza y diversifica la programación, se lanza Rock en la cultura, programa juvenil que difundía a grupos mexicanos de rock, también aparece un programa de música de protesta-folclórica con artistas latinoamericanos que se llamó Yo canto por cantar, y se mantienen los mensajes de música clásica. La presentación de Rock en la cultura permite por vez primera en canal 11, atraer públicos adolescentes que posiblemente nunca habían reparado en la existencia de este canal, además para el momento musical constituye

(43) Teleguía, No. 1102.

realmente una alternativa. (44)

Por otro lado en Televisa, canal 8 y canal 5 son lanzados como los difusores de la música juvenil extranjera con programas como Un poco de música y Especial 73, mientras el canal 2 se presenta como el difusor de la balada juvenil con intérpretes nacionales, a través de Días felices Kleenex o Musicalísimo. (45)

En Televisa la música se estructuraba ya, con rasgos definidos para su difusión, mientras que por el lado de la televisión pública se observaban titubeos, desorganización, inconsistencia. Canal 11 por falta de recursos e importancia política no se constituyó en eje de la televisión pública, y sus esfuerzos en materia musical nuevamente se perdieron entre el arrollador mensaje televisivo musical comercial. Canal 13 desde que nace de manera gubernamental vive gran inestabilidad en su difusión musical, caracterizada inicialmente por un claro desinterés hacia niños y adolescentes.

Para 1974 canal 11 lanza dos nuevos programas musicales para adolescentes Música Express y Star Parade ambos presentan cantantes y grupos extranjeros, tal y como se presentaban a principios de los 70 por canal 8 y 13. (46)

(44) Idem.

(45) Teleguía, No. 1074.

(46) Teleguía, Nos. 1117 y 1160.

El canal 13 hasta donde puede mantiene en su programación musical algunos cantantes extranjeros en programas como Algo Especial, Barra Musical, Especialísimo u Opus 75, para esas fechas una de las técnicas más comunes en programas musicales era la videograbación, los programas en vivo eran muy escasos. La música folclórica se mantiene en canal 13, a través de Cada Latinoamericano.<sup>(46)</sup> Así pues, hasta este momento la música para este canal de televisión pública constituye un eco de la moda, una expresión cultural de determinados momentos, no existe una línea clara de apreciación y difusión musical.<sup>(47)</sup>

Para este año, Televisa mantiene su campo musical más o menos cubierto enfatizando la importancia de la balada comercial y sus intérpretes con. Espectacular musical, Los grandes años del rock o Recital con..., programas que se transmiten por canal 2, mientras se mantiene en canal 4 y 5 musicales extranjeros, y canal 8 comienza a introducir conciertos sinfónicos.<sup>(48)</sup>

La situación de la programación musical por Televisión se mantiene durante 1975; los cambios más significativos de este año son la introducción de un programa juvenil de música clásica por canal 13. Concierto para la juventud, además de Este México nuestro, Aranjuez, La antología de la zarzuela que diversifican la barra musical de canal 13.<sup>(49)</sup>

(47) Telequía, No. 1138.

(48) Idem.

(49) Telequía, Nos. 1176 y 1194.

Sin embargo 1976 sí es un año de cambios musicales interesantes, comenzando porque en julio de ese año se inauguraron las instalaciones del canal 13 en el Ajusco, a partir de ese momento surgen dos programas musicales para adolescentes Opus 76 y Alta Tensión ambos dedicados al rock extranjero, además aparece Una vez más..., programa que presentaba a vocalistas latinoamericanos, lo mismo que Música en la noche, así pues, el panorama musical comenzaba a pintar como alternativa-competencia frente a Televisa, aunque en el fondo se repiten e imitan géneros, esquemas y producciones televisivas musicales.<sup>(50)</sup>

Canal 11, por su parte mantiene su programación con Rock en la cultura, Star Parade y Música Express, así como su programación clásica.

Televisa en cambio comienza a incursionar en el campo musical de los niños y aparece los domingos por canal 2; Programa musical infantil.<sup>(51)</sup>

A principios de 1977, el canal 13 continúa consolidando su programación musical juvenil, aparecen programas como Los autores del cambio, dedicado a los cantantes del rock de los 60; Recital, que presenta grupos extranjeros, lo mismo que Música en la noche y Alta Tensión, además surge Musicalísimo, presentando a un roquero mexicano, Guillermo Briseño. Canal 11, por su parte mantiene su programación y Televisa rea-

(50) Telequía, No. 1248.

(51) Telequía, No. 1270.



liza cambios musicales importantes a fines de 1977, a través de canal 4 se estructura una barra musical semanal, que iniciaba habitualmente a las 17:30 horas, con la presentación de todo tipo de géneros, así pues se encuentran: Tropicalsa, Redova y Tacomazo, Ahora voy yo, Cita con..., Tiempo de Danza, Desfile de éxitos, Guitarra y amor, Esa música nuestra, etc., como se observa la gama musical es muy amplia, sin embargo solo se crea un programa musical para jóvenes que es Desfile de éxitos presentando artistas nacionales. (52)

En los últimos años de la década, la música comercial vive un momento relevante en Estados Unidos, el negocio musical se va depurando y surgen grupos, imágenes, bailes pelucos, etc. tal fue el caso de La familia Patridge, Los Osmond Brothers, Los Jackson Five, para finalizar con el gran golpe; el travoltismo, todo este fenómeno que se gestó paulatinamente dió una nueva perspectiva comercial a la música juvenil, la música disco se expande por todas partes. Aparecen las discotecas, las modas, el baile, y la televisión participa de este nuevo momento, canal 13 lanza los domingos el show de los Osmond Brothers y desaparece de su programación Alta Tensión, lo que define la actitud de este canal frente a la nueva moda. Por su parte Televisa produce el famoso Fiebre del 2 con Fito Girón como conductor, programa que difundía el travoltismo.

Así pues la televisión mexicana exceptuando el canal 11, se abre a la moda musical norteamericana. Lo que su-

(52) Teleguía, No. 1288.

cedió en Canal 11 fue que existían ciertos elementos televisivos estructurales, no solo económicos, que lo mantuvieron al margen de los momentos novedosos en la comercialización musical, de hecho surge un programa musical que realizaba análisis sobre los discos, Discoteca Privada conducido por Sergio Romano, además aparece La Rumba es cultura, con lo que se responde de alguna manera al nuevo momento. (53)

Realmente 1978 fue un año importante, Televisa lanza en canal 5, Disco-TKS que difundía la onda travolta pero vista desde los bailarines e intérpretes de EU; canal 13 en su programa Barra Musical presenta a Los Jackson, Van Mac Coy, etc., y en un buen intento de querer ir más allá produce El Taller de la alegría con Alberto Lozano, ¡por fin la música para niños tiene un espacio en la televisión pública! (canal 13), y eso no es todo surgen Disco loco, loco, loco; Desfile estelar y Chocolate cantante, programas musicales para adolescentes. (54) Desgraciadamente tal y como siempre ha sucedido en la Televisión Pública, más que ser un proyecto cultural a difundir, esta nueva barra musical fue producto de la inquietud e ingenio de dos productores, José Luis Calderón y Claudia Millán, pero como fue un esfuerzo individual y no institucional, fue fugaz y perdió significancia, cuando pudo haber sido el inicio de una programación musical para niños y adolescentes sólida y perfecta con el tiempo.

(53) Teleguía, No. 1338.

(54) Teleguía, No. 1363.

Durante los setenta, 1979 fue el año clave en materia musical, todo se podía haber hecho hasta con el mínimo presupuesto, los adolescentes comenzaron a ser el centro de este tipo de mensajes, era el momento de presentarles opciones, de darles atención musical, se podía haber aprovechado el auge de la música comercial. Sin embargo fue aquí donde canal 11 y 13 se hicieron a un lado.

Canal 13 lanza Cantares de Norte a Sur regresando al momento de la música folclórica, además presenta Las grandes figuras del jazz, A través del flamenco, y se traslada del canal 11 al 13 Nostalgia con Jorge Saldaña. Canal 11 en la misma línea produce Trova Latinoamericana, Teledanza y La Música (interpretaciones clásicas).<sup>(55)</sup>

Televisa por su parte difunde diariamente Fiebre de 24 horas siguiendo la línea de Fiebre del 2, y a través de canal 8 se presenta Especial Disco, Disco 79 y se transmite el segundo Festival del Blues en México. Por otra parte se mantiene la programación musical infantil, y se crea un programa más llamado Cri Cri que se transmite por canal 4.<sup>(56)</sup>

Con este panorama musical se recibe a 1980, año en que la situación se mantiene, sobresaliendo únicamente la difusión por canal 13 del 1er. Festival del Nuevo Bolero Mexicano, que era como la versión no comercial del OTI de Televisa.

(55) Teleguía, No. 1377.

(56) Teleguía, No. 1399.

## DECADA DE LOS OCHENTA

Entrando en esta nueva década y ya con la situación más clara, surge el fenómeno musical comercial que predomina hasta nuestros días, los niños-adolescentes cantantes. El jueves 18 de abril de 1981 se presenta en un programa especial al grupo Parchis, a través del canal 2.

Mientras en canal 13 se difunde preferencialmente la música folclórica en programas como El nuevo canto, Estampas musicales, Canto, Cuento y Flor, Folclorama o Historia de una Canción. Canal 11 se daba mientras el lujo de presentar un poco de todo con El Blues en México, Bellas Artes, Estampas musicales, Música de México, La pequeña gran música, y hasta se produce un programa de música infantil, Mi Rincón con Karlitos y su grupo. Pero como se ha visto en este recorrido, no se podía esperar que fuera el inicio de un proyecto musical.

Para este año las líneas musicales por televisión se definían, ya que mientras para la televisión privada la música para niños y adolescentes tenía un sentido clave, en el sector público no existía un interés de ningún tipo por establecer pautas de difusión musical, en ocasiones se presentaba lo contrario a Televisa, en otras se imitaba, en el mejor de los casos se difundieron alternativas musicales pero fueron inconstantes por tanto poco significativas para los telespectadores.

Así pues Televisa se adueña de los años ochenta en materia musical para niños y adolescentes, se comienza a

transmitir Estelares del sábado producido por Raúl Velasco, importante productor de programas musicales en los 70 y 80. Se comienzan a presentar a los valores juveniles, continúan los Especiales musicales, y con Parchis aparecen Los Menudo, Timbiriche, Fresas y tantos otros.

"Pero... ¿Estos jóvenes de dónde surgieron? ¿Dónde aprendieron a transmitir ese su sentir?... Digamos que de pronto me di cuenta de que la pre-adolescencia y la adolescencia estaban en el más profundo desamparo musical... o sea que no había grupos que se identificarán con la gente de 13, 14, 15 años... Así que se me metió en la cabeza crear un conjunto a base de muchachitos simpáticos que cantaran bien y bailaran igual... Tenía que encontrar un sonido distinto y al mismo tiempo igual..."(57)

Y surge el fenómeno que como requisito pide que se trate de niños-adolescentes menores de 15 años factibles de comercializarse, por tanto simpáticos, simples, diferentes pero iguales.

(57) Telegrafía, No. 1528. (Entrevista de María Teresa Flores a Eduardo Díaz representante y creador del grupo Menudo).

Y la televisión privada con nuevos bríos exclamó:

"¡ Quiero algo comercial!; negocio musical oiganlo bien: SE VA A VENDER..."

¡ Un ciento de rolas con punta de goma por un peso!

¡ Cómprelas, llévelas, usélas!"

(Fragmento de "Buscando la fama" de Botellita de Jerez).

## 2.5. La Programación Actual

Analizar la programación actual puede parecer un esfuerzo poco preciso debido al frecuente cambio en las programaciones, o a los diversos eventos especiales que modifican la presentación del mensaje televisivo. Sin embargo lo importante es rescatar a grandes rasgos, la manera en que se establecen temáticas y horarios en la televisión.

Dentro de los objetivos de la investigación está el describir y precisar las características del mensaje musical, en función de los emisores televisivos, los antecedentes musicales, televisivos y programáticos. Se trata de definir las líneas más importantes de la producción musical para niños y adolescentes por televisión.

Esta aclaración es relevante dado que para este apartado se analizó una semana de programación, y algunos de los

programas que se mencionan, posiblemente ya no se transmitan. De hecho hay mensajes que se analizan en el capítulo III, como ejemplos de casos concretos, que para este análisis ya no están al aire. Esta utilización de la programación en diferentes momentos es intencional ya que permite aprender globalmente la concepción musical de la programación en general. Un ejemplo es el caso del programa Tono 5, que de hecho es el mismo tipo de mensaje musical que manejaba Alta Frecuencia en el mismo canal y horario, pero que para octubre de 1986 ya no aparece en la programación.

Para este análisis se tomó como unidad, la semana de lunes a domingo, por considerarse un ciclo completo dentro de la programación, esto es, cada día tiene una programación diferente que se repite semanalmente, al final de la semana la gama de programas es en términos generales el abanico temático que se maneja en la televisión, salvo algún evento ocasional. Con este fin se utilizó la revista *Teleguía* Núm. 1782 del 4 al 10 de octubre de 1986.

La programación televisiva, como sucede en el caso de la música, de tan cotidiana que es, pareciera no ser motivo de inquietud o investigación, pareciera no tener la suficiente importancia para ser estudiada. Y así, no se analizan las combinaciones de los mensajes, se deja de lado, el posible condicionamiento que se crea a los televidentes para ver cierto tipo de mensajes televisivos, en un determinado horario. Lo que frecuentemente sucede en los estudios sobre la televisión, es que se analiza algún tipo de mensajes descontextualizándolo de la programación en general. Es por ello que al analizar los

programas musicales, se hace la ubicación general de este tipo de mensajes en lo que es la programación total de la televisión mexicana.

Para analizar la programación, se tomaron en cuenta frecuencias y temáticas y así se establecieron 12 tipos de programas: Noticiarios, Periodísticos, Educativos, Películas, Culturales, Telenovelas, Deportivos, Variedades musicales y comedias, Servicios, Infantiles-Juveniles (no musicales) y Musicales. La diferenciación entre cada caso, como ya se explicó es sencilla y permite manejar matizadamente las temáticas de la televisión.

Esta diversidad de mensajes establece también una unidad primeramente como parte de un centro emisor, Televisa, SEP, Imevisión, pero también como parte de un medio: La televisión. Enfatizar esta unidad del mensaje, es parte del proceso de esta investigación, ya que si bien hay programación y diversificación de mensajes, también hay características comunes a todo tipo de mensaje televisivo, esto es, se manejan elementos que sólo este medio puede brindar. Elementos que involucran una serie de factores que van más allá de la atención de los sentidos humanos, la televisión imprime sus mensajes al interior de los televidentes, maneja un lenguaje imaginal, empático al cuerpo y a las emociones, como comenta Antonio Delhumeau.<sup>(58)</sup> Sin embargo, también es cierto que esta unidad televisiva, como

(58) Antonio Delhumeau. *El hombre teatral*, p. 110.

en el caso de la música, vive una lógica disgregadora, que hace llamados individualistas, no colectivos, y que además por su diversidad y complejidad impide la asimilación de la información en su totalidad.

Entrando al análisis de la programación, los tiempos resultaron indicadores de la estructuración y énfasis de temáticas por televisión. En este sentido, "la sorpresa" la constituyeron las películas que en el caso de Televisa ocupan un tiempo semanal de 73 horas, muy superior a cualquier otro tipo de programas, en el caso de Imevisión el tiempo cuantitativamente mayor está dedicado también a las películas, con un tiempo semanal de 29 horas 15 minutos, sin embargo muy cerca de este tiempo está el área de Noticiarios con 28 horas 30 minutos. El caso de la SEP, esto es canal 11 es particularmente interesante ya que los programas educativos son los que más tiempo ocupan, con un total de 35 horas 30 minutos. (59)

Estos primeros datos se vinculan con la historia de lo que ha sido cada una de las organizaciones televisivas, que en el caso de Televisa se puede explicar por el tiempo que mantiene al aire sus canales, la producción no alcanza a cubrirlo y resultaría incosteable. En el caso de Imevisión, con otro sentido de lo que es la televisión, se ocupa un gran tiempo a Noticiarios, que en términos de contenido, difunden amplia y detalladamente las acciones y eventos gubernamentales; finalmen-

(59) Teleguía, No. 1782. (Información contabilizada).

te el caso del canal 11 de la SEP mantiene prioridades en el tiempo de programación bastante coherentes con la dependencia que lo organiza.

Aún sabiendo que para complementar el análisis de la programación, el aspecto cuantitativo debe estar acompañado del cualitativo, es decir los contenidos, primeramente se brindará un panorama cuantitativo, para después pasar a un análisis más completo. Así pues, se observa que: (60)

HORAS	TIPO DE PROGRAMA	NO. DE PROGRAMAS (semanales)
73	Películas	46 (películas)
38 55'	Programas infantiles y juveniles	32
35 30'	Programas culturales	10
32	Programas musicales	16
30 55'	Noticiarios	26 (emisiones) en 4 noticiarios
28	Deportes	26 (eventos y programas)
25	Series	26
23 30'	Telenovelas	11
17	Varietades musicales y comedias	15
15 15'	Periodísticos	10
12	Programas educativos	3
12	Servicios	3

(60) Idem.

IMVISION	HORAS	TIPO DE PROGRAMA	NO. DE PROGRAMAS (semanales)
HORAS	TIPO DE PROGRAMA	NO. DE PROGRAMAS (semanales)	
		3 30'	Deportivos
			2 (programa y evento)
29 15'	Películas	11 (películas)	3
28 30'	Noticiarios	25 (emisiones en noticiarios)	--
			--
22 45'	Programas educativos	6	--
21 15'	Programas culturales	23	
17 25'	Programas periodfsticos	26	
17	Infantiles y juveniles	15	
15	Series	16	
15	Musicales	11	
14 15'	Deportivos	9 (eventos y programas)	
12 45'	Servicios	6	
10	Telenovelas	3	
8 30'	Varietades musicales y comedias	6	
<p>Como se observa la utilización del tiempo televisivo define de alguna manera el manejo temático en general de la televisión en cada organización televisiva. Partiendo del tiempo, se observa un énfasis importante a los rubros música-cultura-jóvenes y niños a través de Televisa, este indicador se vincula manifiestamente con los intereses comerciales actuales de la empresa, como es la publicidad, conciertos, promoción de cantantes, revistas, etc.</p> <p>Este énfasis se refleja asimismo en la producción de Televisa, dado que, con sus recursos la empresa produce más que nada musicales y culturales. Así pues de los 16 programas musicales que se transmiten semanalmente 10 son producidos por la empresa. En el caso de los culturales 5 de sus 10 programas los produce la empresa, con la variante de que casi todos los culturales los transmite canal 9, que es un canal con difusión sólo para el Distrito Federal y Área metropolitana. En realidad a los canales con cobertura más amplia de difusión, como el 2 y 5 se les programan otro tipo de mensajes, como los musica-</p>			
SEP - CANAL 11			
35 30'	Educativos	8	
17 30'	Culturales	14	
14	Películas	8 (películas)	
10 30'	Infantiles y juveniles	6	
8 15'	Periodfsticos	10	
8 30'	Noticiarios	14 (emisiones en 1 noticiario)	
4	Musicales	4	

les. Ahora bien, en cuanto a la producción pero en el caso de los programas infantiles y juveniles, de los 32 programas semanales 22 son producciones extranjeras, esencialmente caricaturas.

Así pues aunque en términos de tiempo de programación, estén tres tipos de programas ubicados arriba de los programas musicales, cualitativamente ocupa lugares superiores tanto por el interés de producirse aquí, como por la vinculación que tiene con diferentes empresas, así como por la penetración y éxito comercial que tienen. Y es que el control musical en una área de acción económica, tan extensa como la que maneja Televisa, determina no sólo hegemonía económica, sino tecnológica y cultural. Hegemonías que establecen procesos particulares entre el televidente-escucha y la música, en donde se desvincula la creación de la reproducción musical, cantando la repetición y bailando la masificación e indefinición de la sensibilidad musical.

Los programas musicales que se transmiten en Televisa poseen en su estructura características relevantes; de los 16 programas, 11 difunden música de niños y adolescentes, los 5 restantes corresponden a música ranchera-folclórica, clásica y en algunos casos tropical.

Este predominio musical se explica por un lado por la numerosa explosión de nuevos cantantes que surgen de la escuela de iniciación artística de Televisa, de los concursos que promueve la empresa junto con algunas marcas comerciales como Bacardí con Valores Juveniles, o Idolos del Futuro que patroci-

na Resistol, o bien la vinculación con empresas disqueras como Polygram, EMI, WEA, etc.

A continuación se describen brevemente las temáticas de los programas musicales de Televisa:

- 1) Estrellas de los 80. Es un programa semanal, con hora y media de duración que promociona, a través de diferentes secciones, a los cantantes musicales juveniles-infantiles de Televisa, además se realiza en estudio y se transmite en vivo por canal 2, llega a Estados Unidos y diversos países de América Latina.
- 2) Sábados musicales. Es un programa semanal grabado, que durante una hora se dedica a presentar las canciones con mayor popularidad de grupos y/o cantantes juveniles e infantiles del momento, excepcionalmente se presentan artistas extranjeros esencialmente latinoamericanos, jóvenes o niños, como Menudo, Parchis, Miguel Bosé, Mecano, etc., se transmite por canal 2.
- 3) Estudio 54. Es un programa diario, que transmite el mayor tiempo musical a la semana (8 horas 30 minutos), se transmite por canal 9. Esta emisión narra la historia de la música, según la entiende el productor Jaime Almeida y Televisa. La historia de la música se presenta a través de géneros o compositores, lo que alimenta la visión fragmentadora y esquemática de la música.

4) A toda música. Programa semanal que se transmite por canal 9, consistente en la presentación sucesiva de videoclips de grupos y solistas extranjeros jóvenes, esencialmente norteamericanos.

5) Saludos musicales. Programa semanal con dos emisiones los domingos, al inicio y final de la programación de canal 9. Y presenta, durante una hora, conciertos sinfónicos grabados.

6) Videoexitos. Es uno de los programas musicales más importantes de Televisa, ya que se transmite diariamente, de lunes a viernes, por canal 2. En este programa se difunden los videoclips de cantantes y grupos que cantan en español, esencialmente mexicanos y de las compañías disqueras vinculadas a Televisa o que son de su propiedad.

A través de este programa se promocionan discos y cantantes cercanos a Televisa; en ocasiones de manera desmedida. Como sucedió con la canción Toda la vida que interpreta Franco (en discos Melody) y Emmanuel (en discos RCA), cada intérprete tiene un videoclip diferente y durante una semana y media se estuvieron transmitiendo alternadamente estos videos, o sea un día el de Franco y otro el de Emmanuel. Los videoclips se han convertido en un importantísimo medio publicitario, y al parecer el único criterio de difusión musical de Videoexitos, es el publicitario.

7) Tono Cinco. Este programa es el sucesor de Alta Frecuencia y de hecho sigue la misma línea temática, al presentar una serie de videoclips combinados, esto es, tanto intérpretes extranjeros como nacionales, cantando en inglés o español. El programa es diario se transmite por canal 5 dura 30 minutos.

8) XETU Canta Canta. De la serie de programas diarios de XETU, esta emisión es un concurso de imitaciones a diferentes cantantes jóvenes comerciales, además de la presentación del cantante imitado, quien interpreta un par de piezas. Esta emisión es semanal dura 30 minutos y se transmite por canal 2.

9) XETU Cancionísima. Este programa de los XETU, presenta a un grupo o artista que cantan y animan un concurso sobre las canciones y artistas de moda. Además se da una lista de las diez canciones más populares de la semana.

10) XETU Supermusical. Este programa presenta a un sólo intérprete o grupo que canta sus más recientes piezas. Todos los programas de XETU se transmiten por canal 2.

11) Siempre en Domingo. Programa que se transmite durante cinco horas por la tarde de los domingos en canal 2, presenta una amplia variedad de cantantes, abarcando diversos géneros, pero siempre en un contexto comercial.

12) Nuevas Noches, con Talina Fernández. Este programa semanal se transmite por canal 2 y presenta a cantantes y/o grupo



pos entrevistados por la animadora.

- 3) Nuestro Tiempo. Programa semanal que transmite canal 4, se trata de un concurso de baile y canto de jóvenes desde diferentes locaciones del interior de la República.
- 14) Los especiales. Programa reciente que se transmite semanalmente por canal 5, y presenta conciertos o audiciones previamente grabados de los artistas comerciales que maneja Televisa, al mismo tiempo, que presenta a los intérpretes y sus canciones se intercalan comentarios de los cantantes.
- 15) La Cultura en el Mundo. Programa que presenta diferentes eventos culturales ya grabados, se tomó en cuenta porque en la semana que fue analizada se emitió un concierto sinfónico. Este programa se transmite semanalmente por canal 9.
- 16) Finalmente se tomaron en cuenta dos eventos que se presentaron en la semana de análisis: El Festival OTI y el Festival de los grandes de la canción nortea y ranchera. En el primer caso el OTI se transmitió por canal 2 en un horario musical, y en el otro caso se transmitió por canal 4, en un horario deportivo. De cualquier manera estos eventos son importantes, desde el momento en que forman parte de la programación de Televisa, además de que se promocionan a los nuevos intérpretes que se difundirán comercialmente.

Antes de describir el caso de Canal 11 e Imevisión, hay que hacer notar que en todos los programas musicales del ca

nal 2 y 5, se manejan y difunden al mismo grupo de cantantes mexicanos y en general latinoamericanos, a través de las emisiones semanales o diarias.

#### IMEVISION

El caso de IMEVISION difiere notablemente del de Televisa, porque el énfasis en sus tiempos de programación está puesto en las películas, e inmediatamente después en los noticiarios, programas educativos y culturales. El interés de Imevisión en estos tres últimos rubros se explica porque estos coinciden con funciones de dos Secretarías de Estado: la de Gobernación (información) y la de Educación Pública (educación y cultura).

En los aspectos de la producción televisiva de Imevisión, nuevamente el acento se pone en los noticiarios, ya que existe un vasto equipo para la emisión diaria de noticias, simplemente hay un promedio de cuatro conductores para cada noticiario. Aunque también en el área educativa se producen un buen número de mensajes, se realizan en colaboración con la SEP (canal 11). En cuanto a los mensajes culturales existe también un alto índice de producciones propias, sin embargo la gran mayoría son emisiones semanales, lo que implica una necesidad de recursos técnicos y humanos mucho menor que la de noticiarios.

En cuanto al tiempo que se le dedica a los programas para niños y jóvenes, y a los musicales juntos casi equivalen

al tiempo de noticiarios, y comparativamente con Televisa el tiempo para niños-adolescentes-música, en Imevisión no es ni la mitad.

El caso es grave, ya que los niños y adolescentes "el futuro" como se les dice, parecieran no formar parte de los planteamientos televisivos en Imevisión, y ni que decir de la música que ha carecido de valor como alternativa cultural trascendente a los ojos de las dependencias públicas, concretamente de la televisión.

En el campo musical, se observa que lo más rescata-ble de los programas musicales de Imevisión es la diversidad de géneros musicales que se abordan, pero como resulta un mensaje débil, pierde sus posibilidades de matizar y sensibilizar el gusto musical del espectador, y por supuesto es un mensaje casi nulo en el caso de la música para niños y adolescentes.

IMEVISION difunde once programas musicales que a continuación se describen:

- 1) Historia de un cantar. Se transmite semanalmente por los canales 7 y 13. Es un programa que intenta rescatar la historia de la música mexicana a través de géneros autores o fenómenos trascendentes para la música. La conductora de esta emisión es Guadalupe Ruiz Narvaez, quien conduce así mismo dos noticiarios.
- 2) En Concierto. Programa semanal que como su nombre lo indica difunde conciertos sinfónicos grabados. Se transmite

por canal 13.

- 3) Armonía y Notas. Este programa semanal se transmite por canal 7 y presenta conciertos sinfónicos.
- 4) Recitales y conciertos. Estas emisiones retoman eventos nacionales de música clásica esencialmente, Son semanales, y se transmiten por canal 7.
- 5) Nostalgia. Programa semanal que conduce Jorge Saldaña en canal 13, este programa presenta en estudio a diferentes artistas que interpretan música de tres o cuatro décadas atrás.
- 6) Para Bajitos. Es el único programa musical para niños que tiene Imevisión, se transmite semanalmente por canal 7. y presenta a un numeroso grupo de niños que van a cantar lo que deseen, asimismo se presenta a un grupo o artista dedicado a la música infantil, por lo general son artistas no comerciales.
- 7) La hora de Bellas Artes. Este programa semanal transmite conciertos clásicos grabados, la emisión se difunde a través de canal 7.
- 8) Cascaritas musicales. Programa que presenta un cantante y una orquesta, en vivo, interpretando básicamente boleros o música romántica. Es un programa diario, se transmite por canal 13.
- 9) Interludio. Presenta semanalmente diferentes músicos de cámara o sinfónicos interpretando fragmentos de piezas clásicas.

sicas. El programa se transmite por canal 7, desde uno de sus estudios.

10) Jueves de Estrellas. Programa que dedica su tiempo musical a presentar conciertos de cantantes jóvenes comerciales, como Sheena Easton, El Puma, etc. Es un programa semanal y se transmite por canal 7.

11) Oro Sólido. Este reciente programa retoma grabaciones de cantantes populares extranjeros en la década de los setenta, que llegaron a estar en los primeros lugares de popularidad. Oro Sólido es un programa semanal que se transmite por canal 13.

Anteriormente se transmitía un programa musical importante por el tiempo que ocupaba en la programación, por su temática, por su horario, sin embargo salió del aire en agosto de 1986. Este programa se transmitía de lunes a viernes de las 17 a las 18 horas por el canal 13, su nombre era Música y algo más, que después se convirtió en Lo mejor de música y algo más, esta emisión presentaba a cantantes jóvenes que interpretaban canciones de la Nueva Trova Latinoamericana o de Canto Nuevo, esto es, música folclórica. Este programa era el más representativo en materia musical de Imevisión, de hecho marcaba la pauta musical de la televisión pública. En estos momentos la situación se encuentra más dispersa, pero mantiene cierta coherencia en función de sus antecedentes y lo que es el mensaje musical predominante en la actualidad.

Después de conocer la programación musical de Imevisión, se encuentra que existen tres programas musicales para niños y adolescentes, frente a los once de Televisa, con la variante de que Imevisión sólo produce uno integralmente.

Anteriormente, en 1985, Imevisión contaba con dos programas de rock, nacional y extranjero: Flores de Asfalto y Neblina morada, respectivamente.

Neblina morada era producido por Armando Molina y presentaba videos de grupos de rock extranjero en concierto, pero los videos se complementaban con información distribuida a través de diferentes secciones que matizaban la visión general del rock. Sin embargo la duración de esta serie fue de tres programas que se transmitieron tres viernes a las 23:30 horas. Curiosamente Televisa en noviembre de 1986 lanzó un programa con las mismas características, con la variable de tratarse de rock nacional; Super rock en concierto, que se transmitió por canal 5, los viernes a las 23:30 horas.

El caso de Flores de Asfalto se asemeja al de Neblina Morada, su productor Alejandro Gamboa presentaba diversos grupos de rock nacional no comercial, como lo eran Botellita de Jerez, Clips, Kenny y los eléctricos, etc. (grupos que se presentan en Super rock en concierto). La emisión en este caso duró dos programas, se transmitieron por canal 7, los jueves a las 22:00 horas.

Desde el momento en que desaparecen estos programas a la fecha, no surgen espacios nuevos en Imevisión para la música

ca juvenil, concretamente rock; parece como si existiera el acuerdo de dejar en manos de la televisión privada, la difusión de la cultura musical juvenil.

#### SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA - CANAL 11

El canal 11 aunque con algunas variantes mantiene una programación semejante a la de Imevisión. En cuestión de tiempos, los programas educativos, culturales, películas y los programas infantiles-juveniles (no musicales) son los más importantes, sin embargo la desproporción en tiempos es notable. Ya que al fin de cuentas las 10 horas 30 minutos semanales de programas infantiles y juveniles están muy por debajo de las 17 horas de Imevisión, y por supuesto de las 38 horas 55 minutos de Televisa.

En realidad el énfasis está puesto en el área educativa lo cual tratándose de un canal de la Secretaría de Educación Pública, es entendible: pero precisamente, por ser la SEP podría esperarse una programación artístico-cultural más rica, pero no es así, la valoración y distribución programática de sus tiempos, responden más a intereses institucionales que sociales o culturales.

El canal 11 mantiene una programación que pareciera socialmente muy justificada, ya que 35 horas 30 minutos a la semana las dedica a secundaria, primaria intensiva para adultos y a apoyar la primaria en general, por televisión, así como a la

actualización de la SEP. En sus tiempos restantes se intenta brindar opciones televisivas pero que por su falta de frecuencia y continuidad pierden fuerza. En el caso de canal 11, la variable económica tiene más peso que en el caso de Imevisión, y de alguna manera ello reduce sus posibilidades de producción.

De cualquier manera, cabe resaltar el esfuerzo que se ha hecho en la barra infantil-juvenil, ya que de sus seis programas, tres son diarios y cuatro producidos por el canal.

Sin embargo la posibilidad sensitiva, creativa no se vincula con los programas de niños y adolescentes, manejándose básicamente la discusión o presentación de problemas-temas de interés general.

Por supuesto, la música no se vislumbra como parte del ser y vivir del niño o joven, ni siquiera de los espectadores, ya que sólo existen cuatro programas musicales que representan cuatro horas semanales de programación.

A partir del análisis cuantitativo, la música para canal 11 no tiene un significado, ni trascendencia; la visión de lo que es la educación-cultura deja de lado uno de los mensajes más cercanos al hombre. Al parecer la educación institucional por televisión, debe mantenerse dentro de la línea pobre y falta de sensibilidad, en que ha vivido la televisión pública en México.

Ahora bien cualitativamente la idea se confirma como se verá al describir los cuatro programas musicales de canal 11:

- 1) Música y movimiento. Este programa semanal intenta iniciar a los niños a la música, enseñándoles las bases teóricas. El problema aquí es por un lado, la concepción de lo que musicalmente a un niño común se le puede brindar. Por otra parte la duración y frecuencia del mensaje minimizan sus alcances.
- 2) Concierto Sinfónico. Programa que presenta conciertos sinfónicos grabados previamente, se trata de una emisión semanal.
- 3) El espectáculo sin límites. Este programa quincenal presenta dentro del género de la música clásica diversos espectáculos grabados.
- 4) Con la música por dentro. Este programa semanal presenta reportajes musicales sobre diversos géneros o intérpretes. Resulta un interesante intento de contextualizar la música, pero como se trata sólo de 30 minutos, a veces el mensaje se vuelve incompleto o muy denso.

Así pues, canal 11 no cuenta con programas musicales estrictamente para niños y adolescentes, ya que Armonías y Notas, aunque se clasificó como musical combina y enfatiza finalmente la cuestión educativa, esto es, no se presenta un mensaje musical a difundir, ni se abre un espacio de expresión, bien podría decirse que se trata de una clase escolar de música. De cualquier forma, se toma en cuenta como una posibilidad musical en canal 11.

A través de este panorama musical por televisión se observa el predominio de Televisa, hecho que reduce las posibilidades de penetración de un mensaje musical alternativo o contrastante. Poco a poco el escucha-espectador acostumbra su vista y oído a ese mensaje predominante, sus expectativas se limitan, así como sus gustos y posibilidades imaginales.

Y si bien es cierto que la televisión pública no se ha ocupado de subsanar las serias carencias que existen en percepción y sensibilización musical; también es cierto que Televisa manipula y se abalanza tras cualquier espacio musical, la limitación programática es tal, que sus "aparentes" aperturas hasta al rock mismo, son momentos oportunistas ante los cuales no se puede confiar.

"... Ella me dijo: 'si le cambias a tus rolas yo te voy a lanzar, vas a llegar a las estrellas y en el cielo vas a tocar'.

Violencia, drogas y sexo  
y vas a tener más audiencia  
que el 'club del hogar'..."

(Fragmento de "Violencia, drogas y sexo", canción de Guillermo Briseño y Alejandro Lora.)

### III *Los Programas Musicales para Niños y Adolescentes*

## CAPITULO III

### LOS PROGRAMAS MUSICALES PARA NIÑOS Y ADOLESCENTES

#### 3.1. El registro de información (monitoreo), y los programas registrados

Antes de hacer la interpretación y el análisis de la información que se recabó, es importante conocer cómo se registró la información y qué programas se eligieron.

#### Elección de programas

La elección de los cinco programas que se monitorearon, fue un proceso de selección a partir de las organizaciones televisivas, la programación, el horario, la estructura general del video, la periodicidad, las técnicas de realización, en cada caso y en función con los objetivos de la investigación.

Con estos elementos en mente, se eligieron como programas representativos para la investigación, "Lo mejor de música y algo más", "Para Bajitos", "XETU: Canta Canta, Cancionísima y Super Musical", "Estrellas de los 80", y "Alta Frecuencia".

En el caso de Lo mejor de música y algo más, se trata del único programa musical diario de Imevisión, se transmite por canal 13 a las 17:00 horas, y tiene una duración de 60 minutos. De hecho estos elementos parecerían ser suficientes para considerar relevante este programa, pero además la conducción de Sergio Romano enfatiza su importancia, así como la presentación de los artistas, sin pistas y en vivo, aunque grabados anteriormente, hacen que "Lo mejor de música y algo más" sea la carta de presentación de la televisión pública, en el campo musical para adolescentes.

En cuanto a Parabajitos, sucede algo similar que en el caso anterior, con ciertas variantes, ya que es el único programa musical para niños en general, aunque en el programa sólo participan niños de tres a cinco años. No hay otro programa musical para niños, ni en canal 11 ni 13. Parabajitos, se transmite, los domingos de 8 a 9 ó 9:30 de la mañana, se trata de un programa en vivo, en donde los artistas son los propios niños que van a cantar, además se presenta un grupo o artista invitado, que tanto por sus letras, música y vestimenta difieren notablemente con los artistas que se presentan en Televisa. Todos estos elementos determinaron la elección de Parabajitos en la investigación.

Ahora bien, en la programación de Televisa, la elección fue más compleja, ya que, los programas musicales para niños y adolescentes son más numerosos y varían en características. Por lo tanto, se agruparon los programas que presentan

artistas en vivo, o bien grabados en estudio, y se encontraron a XETU, Estrellas de los 80, Sábados musicales y Siempre en Domingo, sin embargo este último caso por la misma diversidad de artistas y música, se consideró como para toda la familia y no específicamente para niños y adolescentes. De este grupo de programas se eligieron XETU, por tratarse de un programa diario, con un mensaje verbal muy importante, un manejo y construcción de imágenes interesante y dinámico, además de que se juega con el concurso y la música.

El otro programa fue Estrellas de los 80, el cual dura una hora y media, se transmite todos los sábados, y en este caso la estructura general del video resulta clave, dado que se presentan desde videoclips, artistas en vivo, anécdotas, etc.

XETU y Estrellas de los 80, se transmiten por canal 2, y los niños y/o adolescentes pueden asistir al estudio a presenciar los programas.

Por otro lado se observó que existen, una serie de mensajes televisivos musicales que basan su estructura en la presentación de videoclips, reforzados con los comentarios de los conductores, tal es el caso de Videoexitos en el canal 2, Alta frecuencia en el canal 5 y A toda música en el canal 9.

Aquí se eligió, Alta Frecuencia, ya que se trata de un programa diario de una hora, en donde se intercalan videos nacionales y extranjeros, además de que hay dos conductores, y se transmite por canal 5, mientras que Videoexitos, si bien es diario, es de media hora, sólo presenta videoclips nacionales y

se transmite por el canal 2, tal y como sucede con los ya elegidos, Estrellas de los 80 y XETU. En cuanto a A toda música, se transmite por el canal 9, lo cual puede ser interesante, sin embargo se trata de cada ocho días, los sábados de las 23:30 a las 1:30, y sólo se presentan videoclips extranjeros. Así que Alta Frecuencia, de alguna manera retoma elementos de los dos programas, y por ello se eligió para la investigación.

Si preguntan, porqué no se trabajó con toda la programación musical para niños y adolescentes, la respuesta es sencilla, dado que primeramente la utilización de la música en cada organización televisiva, al igual que su programación en general sigue cierta lógica y línea de producción, que se repite en cada mensaje televisivo. Lo importante era rescatar las modalidades en que la música puede ser parte de determinada lógica televisiva.

Pero además la herramienta técnica; el monitoreo, y su interpretación y análisis posterior, requieren de una labor de selección y observación como parte de las necesidades de la investigación. De hecho, las muestras televisivas se determinaron fueran cinco de cada programa elegido, esta variante se definió con el objetivo de registrar las variaciones, repeticiones o carencias; en un periodo determinado de transmisión. Así para el caso de los programas diarios fue una semana, y en el caso de los programas semanales un poco más de un mes. Este periodo, se consideró suficiente para la investigación dado que permite claramente, diferenciar la forma en que se usa y conceptualiza la música, en Imevisión-SEP y Televisa.



## El Monitoreo

El monitoreo en la investigación, fue un instrumento de gran valor, en tanto permitió registrar, la información de cada programa de una manera sistemática, con rigurosidad, lo que se puede traducir en apreciaciones y precisiones concretas y específicas.

Sin embargo es conveniente indicar que no se trató, de un monitoreo completo, en donde se registrarían una infinidad de categorías, ya que serían datos cuantitativamente muy extensos, pero cualitativamente poco prácticos a los objetivos de la investigación, por ello se optó por adaptar a las necesidades del proyecto, el monitoreo.

En este sentido, se hizo primeramente una ficha de registro con todos los datos básicos de cada programa como son: horario, día de transmisión, canal, programas entre los que se encuentra ubicado, estructura general del video, presentación de la música, conducción, créditos, slogan. Cada una de estas categorías inciden de alguna manera en la interpretación y análisis de la información, así que aunque sea una ficha de registro, sus datos son imprescindibles.

Pero el monitoreo más rico es el que se realizó, en función del contenido de cada programa. Para este registro se tomaron en cuenta los tres tipos de información, que se brindan a los televidentes en los programas musicales, así, encontramos información verbal por parte de los conductores, información musical e información publicitaria o propagandística. Con estos

tres tipos de información, se formaron tres bloques de monitoreo: comentarios, música y comerciales.

En comentarios, se registró la idea general de cada participación del conductor, antes o después de una presentación musical, además se tomó el tiempo de cada participación, y el tiempo total de comentarios en cada programa.

En la columna de música, se monitoreo cada intervención musical, registrándose el tiempo de la canción, el cantante, el autor, la instrumentación, el tipo de letra y título.

En el caso de comerciales, se registró el tiempo que se dedica a la publicidad o propaganda, así como el tipo de mensaje que se transmite.

Pero además existen otras categorías, una de ellas, es el análisis de video que incluye movimientos de cámaras, utilización de luces, etc. Y por último se incluyó una columna para observaciones, ya que hay elementos, que sin ser constantes o distintivos de un programa, son importantes para la investigación.

### 3.2. Análisis de casos en la programación de Televisa: XETU, Estrellas de los Ochenta y Alta Frecuencia

#### 3.2.1. Dinámica musical

La agrupación de estos tres programas musicales, para su análisis, se debe no sólo a que se trata de programas de Televisa, sino que la manera de presentar la música (iluminación, coreografía, sonido) y la música en sí (ritmos y letras), son esencialmente las mismas.

Así pues, aunque existen elementos que los diferencian se trata de cuestiones que mantienen la uniformidad del mensaje, esto es, se cambian elementos superficiales dentro de la continuidad temática pero la música y los artistas no. Por ejemplo, si en un programa se presenta la estrella del momento cantando en estudio, en otro de los programas se presentará en videoclip.

La idea general de estos programas la ha venido desarrollando básicamente Raúl Velasco, a través de su enorme equipo de Siempre en Domingo, por lo que la estructura de los programas coincide en todos los casos: se presentan comentarios de conductores, para pasar a música, después comerciales y nuevamente conductores.

La música de los programas aunque pareciera ser lo más importante es utilizada para difundir una enormidad de elementos como son: Productos publicitarios, ropa, formas de baile, artistas, etc. Estos elementos desvían la atención del te

le-escucha y desvirtúan las posibilidades sensibilizadoras de la música.

Estrellas de los ochenta y XETU en las tres versiones que se analizaron, son programas que se realizan en estudio con público, el cual es adolescente básicamente, aunque se mezclan con un gran número de niños.

Alta Frecuencia se realiza en estudio pero sin público, en una escenografía que simula un desván, en donde dos conductores vestidos muy a la moda presentan los videoclips. El desván está decorado con sillones acojinados, con antigüedades y un aparato de sonido, ya que al parecer sino se tiene un aparato para escuchar música no se es joven. Como se nota, se trata de un acondicionamiento escenográfico muy clasemediero o tal vez de clase alta.

Los conductores, en los tres casos son parejas; por un lado, en Estrellas de los ochentas están Marcos Valdés y Gloria Calzada; en XETU René Casados y Gabriela Rivero; y en Alta Frecuencia, Roberto Alarcón y Lourdes Ramos. La presentación en pareja no es una situación casual si se toma en cuenta que se trata de programas para niños y adolescentes. Etapas en las cuales las figuras más importantes continúan siendo la madre y el padre, por lo que se recrea un ambiente más familiar y cercano para los jóvenes auditorios.

Ahora bien la participación directa del público en dos de los programas se lleva con la presentación en vivo de los cantantes, mientras que en el otro caso se trata de música úni-

camente a través de videoclips. La presentación en vivo de los cantantes permite a los niños y adolescentes desarrollar procesos de identificación de manera directa con sus cantantes, ya que si por ejemplo se anuncia que Timbiriche se presentará en XETU, un numeroso grupo de jóvenes asistirán a los estudios sólo por ver a este grupo, y así se unirá un gran público por el íntimo, pero público deseo de ver al grupo musical, proceso que a través de la televisión, cada quien en su casa, nunca se conseguiría.

Sin embargo, lo que cante Timbiriche, y cómo lo cante no es tema a discutir entre los jóvenes auditorios que aplauden, ríen y cantan. Así pues se puede repetir veinte o más veces en una canción una frase con un ritmo agradable, y no habrá problema alguno, será la canción de moda y todos a repetir:

Para hacer más palpable esto se observó que en XETU durante los cinco programas monitoreados se presentaron cuatro cantantes diferentes que fueron: Daniela Romo, Menudo, Marisela y María Conchita, y se repitió la presentación de Daniela Romo en otra de las tres versiones analizadas. En el caso de Estrellas de los ochentas se presentaron: Chayan, Sonia Rivas, Tatiana y Johnny, Baltimora, Menudo, Cristal, Lucía Méndez, Outfield, Franco, Pandora, Denis de Kalafe, Electric Light Orchestra, Fernando, Ariana, Manuel Mijares, Daniela Romo, Desiree, Yuri, Timbiriche, Oscar Athié, Emerson Like and Powell, además veinte cantantes no profesionales promocionados por Valores Juveniles. Y aunque ciertamente parecerían muchos cantantes, al

observar simplemente la lista de XETU vemos que se repiten dos de ellos. El caso se clarifica aún más al observar la lista de cantantes que se presentaron en Alta Frecuencia durante los cinco programas en análisis, que son: Rod Stewart, Mate Bush, Kerygma, Cheap Trick, Astro Nuevo, Kenny Loggins, Billy Joel, Mario Casteli, Laureano Brisuela, Manuel Mijares, Lucerito, James Brown, José Luis Duval, Enrique, Dire Streets, Napoleón, Carlos Santana, Lucía Méndez, Miami Sound Machine, Sandra Diego, Alberto Vázquez, Serenísima, Philips Collins, Rocfo Banquells, José José (dos veces), Tina Turner, Iván, Keny y los eléctricos, Elton John, Luis Miguel, Diana Ross y Yuri.

Con esta nueva lista las cosas son más claras ya que existen nombres repetitivos, a pesar de que el monitoreo de los programas se realizó en diferentes fechas no coincidentes, aún así, en los tres o mínimamente en dos programas se presentó a Daniela Romo, Yuri, Manuel Mijares, Menudo y Lucía Méndez, si además se toma en cuenta que se trató de cinco programas, es de esperarse que en un mes las repeticiones aumenten considerablemente.

Desde luego, los cantantes que se presentan han surgido esencialmente de las filas de Televisa, que cuenta con su escuela de capacitación artística, además de las compañías disqueras a las que publicita en diversos programas, y así poco a poco controla la difusión musical. El caso de Daniela Romo, Manuel Mijares y Yuri que firman para la disquera EMI, es sólo un ejemplo, pero de hecho hasta los artistas extranjeros que se

ESTA TEXIS NO HAY  
SALUD DE LA BIBLIOTECA

presentan (aún en videoclips) son promovidos por las compañías disqueras que se promocionan en Televisa.

Así pues esa aparente diversidad de cantantes se diluina y concentra en un limitado grupo de empresas disqueras coordinadas con Televisa, este hecho será digno de tomarse en cuenta para el análisis que se hace a lo mejor de música y algo más.

Ahora bien, por el lado de las canciones, los programas hablan por sí mismos, en XETU Canta Canta del martes 20 de mayo de 1986, Daniela Romo se presentó cantando Prometes, y el sábado 14 de agosto de 1986, en Estrellas de los ochentas se presentó el video de la misma cantante con la misma canción. Esto muestra que durante tres meses en sus presentaciones estuvo presente esa canción.

Si se observa el ejemplo de Manuel Mijares los resultados serán muy parecidos, cuando se presentó en Estrellas de los ochentas el 16 de agosto, interpretó: Bella, antes, el 9 de junio se presentó en Alta Frecuencia el videoclip a la misma canción, claro que todo este apoyo coordinado coincide con la aparición de su primer LP en el mercado con el apoyo total de Valores Juveniles Bacardí. Curiosamente este disco fue motivo de publicidad durante los cortes comerciales de Estrellas de los ochenta el mismo día que se presentó el cantante.

La repetición se refuerza con la letra de las canciones que los cantantes interpretan, las cuales en su mayoría tratan sobre problemas de la pareja destacándose la conducta tradi-

cional de hombres y mujeres, se trata nuevamente de utilizar lugares comunes y situaciones convencionales. Veamos unos ejemplos:

"Bella, transparentemente bella  
endiabladamente bella,  
no se asoman las estrellas, ni la luna..."

En este pequeño párrafo de una de las canciones que interpreta Manuel Mijares, hay cinco adjetivos, un verbo y dos sustantivos.

De los cinco adjetivos, tres son iguales: Bella.

El uso indiscriminado de adjetivos es una de las características de las canciones comerciales. Este abuso de alguna manera distorsiona y polariza la percepción del escucha ante los problemas, ya que hay que calificarlos de buenos o malos, bellos o feos. Y además, se pierde en un verbo la posibilidad de vitalizar la canción.

Pero está otro caso el de la canción Prometes, que interpreta Daniela Romo:

"Prometes y prometes y  
de nuevo me prometes y  
nada y nada,  
Prometes y prometes y  
de nuevo me prometes y  
no cumplirás..."

En este fragmento se repite seis veces el mismo verbo: prometer. Y hay uno más, cumplir, en total se usan siete veces los

verbos. Cuando se usa "prometer" se hace en presente, y el verbo "cumplir" se conjuga en futuro. Curiosamente sólo hay un adjetivo que es "nuevo". Pero aquí el énfasis de la repetición se hace con el verbo, el cual nulifica su acción cuando se dice... "y no cumplirás", al parecer la función del verbo, la cual es darle vida y acción al sujeto, pierde su característica dinámica.

En estos dos ejemplos se observan letras sin movimiento, ni vitalidad propias; se trata de mensajes estáticos y repetitivos.

De hecho, los mismos títulos de las canciones vinculan a los tele-escuchas con ciertas acciones o emociones tal es el caso de: Lástima, Más vale hombre que sepa o Promesas que se transmitieron en XETU el martes 26 de mayo. Pero también están Toda la vida, Como una mariposa, Cada día más Te regalaré, Cuando llegue mi amor, Soy quien necesita de ti, Más nadie más, Mi madre, Cómo te va mi amor o El ritmo de la noche, títulos de canciones que se interpretaron el 14 de junio en Estrellas de los ochenta. Por supuesto que Alta Frecuencia no es la excepción, el 12 de mayo se presentaron los siguientes títulos: Mujer frágil, Camarero, Camino de la vida, Me voy a ir, Dilo de nuevo, Amor volcánico, Doctor latido y Te necesito.

Los títulos además de que de alguna manera describen o adelantan lo que será la letra de la canción, bien pueden ser el eje de la misma, al repetirse frecuentemente como parte de

la letra; en algunas ocasiones los títulos se llegan a volver parte del vocabulario común.

De cualquier manera se debe reconocer que en la música comercial, los ritmos que se utilizan son cuidadosamente elegidos, técnicamente depurados, electrónicamente producidos lo que redundan en las posibilidades de repetición y memorización del mensaje musical. Así poco a poco los televidentes se van acostumbrando a escuchar ciertos compases de cierta manera organizados, y definen expectativas previas a escuchar cualquier mensaje musical, los tele-escuchas se van integrando a lo que Michele Mattelart denominó "la universalización de los ritmos"<sup>(1)</sup> fenómeno en el cual el orden y la proporción en que se agrupan los sonidos en el tiempo,<sup>(2)</sup> o sea el ritmo, se utiliza para manipular el gusto musical del público. Si se toma en cuenta que se trata de niños y adolescentes se plantean muy abruptas las posibilidades de aceptación para un mensaje musical diferente al dominante, en etapas posteriores del desarrollo.

El problema se hace más complejo si se recuerda el cuadro sobre el disco como mercancía (capítulo I inciso 3) donde se observa que las diferentes partes del proceso fragmentan y separan cualquier posibilidad sintetizadora de la música, al surgir la división entre creación, interpretación y difusión de la música. Por otro lado la interdependencia de estos pro-

(1) Michele Mattelart. "El conformismo revoltoso...", Ideología y medios de comunicación, p. 137.

(2) Francisco Moncada, La más sencilla, útil y práctica Teoría de la Música, p. 19.

cesos es la necesaria para lograr mantener el proceso acelerado, lo que convierte a la música en una mercancía de rápida reproducción y producción, sin que se llegue a ningún tipo de síntesis sensibilizadora.

Esta fragmentación es tan clara que por un lado está el grupo de los compositores y arreglistas para todos los cantantes, tal es el caso de Lara y Monarrez, Honorio Herrera, G. Benavides, Javier Santos, Luis G. Escolar y Ramón Flores entre otros. Por otra parte está el grupo de intérpretes que finalmente como ya se vió, no son tantos como parecen y mucho menos diferentes. Por último están los medios difusores encabezados por la empresa Televisa, así como por organizaciones radiofónicas y discográficas.

En cuanto a la mecánica concreta de presentación musical en Televisa, de entrada se presenta al cantante desvinculado y alejado del público como imágenes a adorar, intangibles pero iluminadas, enaltecidas a través de todos los recursos tecnológicos de la televisión, así pues se observó que en los cinco programas de Estrellas de los ochentas se presentó a los artistas con escenografías llenas de luces intermitentes de colores, formando figuras en el piso o al fondo. Además de utilizarse hielo seco gasificado que se esparce en el escenario creando una imagen nebulosa, irreal de donde emergen los intérpretes.

Pero eso no es todo, ya que en el caso de algunos cantantes, se forma con luces su nombre en el escenario tal y co

mo sucedió con el grupo Menudo, el sábado 2 de agosto en Estrellas de los ochenta, o con Daniela Romo el 20 de junio en XETU.

En estos dos programas se utilizan constantemente las tomas abiertas al público sonriendo o aplaudiendo, lo cual en el caso de XETU es totalmente falso, la animación se logra a través de edecanes que señalan al público lo que debe hacer y cuándo debe hacerlo. En el caso de Estrellas de los ochentas se utilizan una gran cantidad de monitores en los cuales se observa el movimiento de la cámara entre el público, por lo que los jóvenes auditorios entusiasmados al verse por el monitor sonríen o saludan.

Además en estos dos programas se utilizan las imágenes de apoyo como otro recurso importante en su estructura. En XETU las imágenes de apoyo normalmente son cintas grabadas sobre la chica XETU de la semana, o bien la presentación de artistas en el programa, con lo que queda muy claro para el televidente qué artistas se presentarán en la semana, ya que aunque René Casados lo mencione, la imagen y un fragmento de una canción son elementos más interesantes que el mensaje oral.

En Estrellas de los ochenta las imágenes de apoyo que se usan normalmente son: En la sección la Agenda de las estrellas (las secciones se analizarán después) se presenta la casa del artista invitado, regularmente se muestra el cuarto y la sala, como sucedió con el ciclista Youshimatz el sábado 14 de junio; con Fernando Quirarte el 9 de agosto, con José de la

Garza el 16 de agosto y con Beny Ibarra Junior el 6 de septiembre.

Otro tipo de imágenes de apoyo que se usan son los videoclips, que de manera completa son dos, uno en inglés y otro en español. Y finalmente en la sección de Revista de los artistas, para ilustrar las noticias que se dan se utilizan imágenes de los artistas.

En el caso de Alta Frecuencia la estructura de contenido es diferente a los otros dos programas, pero la diferencia es básicamente visual y no tanto musical, ya que se trata de la presentación de seis a ocho videoclips diariamente. Con el matiz de que se presentan videos de artistas nacionales y extranjeros preferentemente norteamericanos. Y aunque la proporción de videoclips varió, en promedio se transmitieron cuatro videoclips en español y tres en inglés.

En cuanto al contenido de los videoclips resulta poco interesante conocer si las imágenes guardan relación con la letra de la canción, además que termina siendo un juicio muy subjetivo, de cualquier forma de manera general se puede establecer que los videoclips no guardan relación entre las imágenes y las letras.

Entre los videos que ilustran canciones en inglés y los de canciones en español existe una gran diferencia técnica y creativa. Mientras los primeros recurren mayoritariamente a los exteriores, utilizan un mayor número de personas y los efectos son espectaculares, en los segundos se abusa indiscriminada

mente de los interiores así como de historias visuales de parejas, con elementos pobres y repetitivos. Este hecho da cuenta en cierta medida de que si bien el videoclip tiene objetivos promocionales para los artistas y compañías discográficas, existen también diferencias entre las formas de promocionarse; por un lado puede ser creativamente, experimentando y reflexionando en las imágenes, y por otro lado se puede hacer de una manera fácil, rápida, repetitiva explotando las emociones más cotidianas de los telespectadores.

Si bien el caso de Alta Frecuencia es claro ya que la presentación musical, como ya se vio, es a base de videoclips; Estrellas de los ochenta y XETU presentan en vivo a sus cantantes, pero desgraciadamente en lugar de enriquecer el mensaje, la presencia física de los cantantes sólo se reduce a su físico y llega a empobrecer el mensaje. El problema es que ningún artista canta en vivo, lo hacen a través de pistas completas (play back). Desde el principio resultaba lógico observar y escuchar que podía tratarse de una pista musical (de instrumentos), ya que nunca se ven músicos, ni grupos con instrumentos, lo cual ya implica un serio detrimento de las presentaciones musicales, hasta aquí es claro que lo que tiene valor es el ídolo, la estrellita, mientras la música pasa a un segundo plano. Pero el gran problema es que no sólo se trata de pistas musicales, sino que tal y como se escucha en disco, los artistas se limitan a mover la boca ante micrófonos desconectados, que ni dar las gracias permiten decir al finalizar su farsa. Este alarmante hecho que se reproduce en casi todos los programas musica-

les de Televisa, con presentaciones físicas de sus ídolos, minimiza la importancia de la interpretación musical, insulta a los telespectadores, y exalta la figura de las estrellas "sin vida" como parte del programa. No importa lo que la estrella cante o cómo lo haga, basta con que se trata del cantante del momento o del grupo fenomenal. Poco a poco los niños y adolescentes fortalecen sus vínculos "musicales" con figuras que no tienen nada que ver con manifestaciones musicales.

Así pues no es extraño observar que se monten coreografías espectaculares para la presentación de los cantantes, desde la manera en que se visten hasta los pasitos que bailarían.

Dentro de este engaño existe una excepción la selección de Desbanca a la estrella en Estrellas de los ochenta, en esta parte del programa se presentaron algunos jóvenes concursantes de Valores Juveniles Bacardí, que como lógicamente aún no cuentan con esa estela publicitaria que los vuelve ídolos, pues se presentan con pistas musicales por lo que cuando menos cantan en vivo, sin embargo este hecho es motivo de juicio, ya que los "Valores juveniles" se presentan primero en concurso para que un jurado supuestamente estudiantil decida quien canta mejor.

La fragmentación de todo el fenómeno musical impide al cantante y a los telespectadores cuestionar el mensaje musical que se les brinda. El cantante al nacer de un día para otro entre brumas no consigue fortalecer una carrera musical sólida que le de elementos de profesionalización suficientes como para

rechazar las pistas completas y aún las musicales. Tal pareciera que hasta la formación de grupos musicales completos fueran elementos cuestionadores del manejo actual de la música comercial, por lo tanto son también censurados.

El punto clave es la fragmentación, desde el arreglista, el compositor, el cantante, el difusor, el promotor, etc. La posibilidad sintética de la música, su fuerza sensibilizadora como proceso global no tiene, ni ha tenido códigos en la estructura comercial de la televisión privada y de la industria de la música en nuestro país.

Esta disgregación musical como una búsqueda de aparente perfeccionamiento, la depuración por la depuración misma de la música se presenta como un fin suficientemente válido como para continuarse y desarrollarse. Así pues se trata de una serie de proyectos tecno-musicales en donde existen equipos de instrumentación que se dedicarán a buscar que con los ritmos comerciales se compongan diferentes pistas musicales; estará el equipo de letrados que localizarán palabras repetibles y memorizables que se adapten a la instrumentación; estará también el equipo de coreografía que definirá la imagen del cantante o grupo a través de su vestimenta y peinados hasta los pasos de baile; existirá asimismo el equipo de relaciones públicas que llevará la agenda del cantante; está la compañía discográfica que con las condiciones más ventajosas para ella grabará y promoverá los discos; en fin cada equipo dentro del proyecto va cumpliendo su labor con un deseo de constante perfección, pero se-



rã un deseo desvinculado de lo que la música en TODO su sentido significa.

### 3.2.1. Comentarios

Tanto Estrellas de los ochenta, como XETU y Alta Frecuencia tienen en su estructura ciertos espacios que los conductores utilizan para comentar acerca de las canciones o cantantes que se presentan. Estos espacios-tiempos resultan importantes ya que explicitan la posición de la empresa televisiva, en cuanto a los objetivos e intereses que persiguen sus programas musicales.

El análisis de los comentarios, así por escrito, tal vez pierda la energía, énfasis o acentuación con que son presentados los comentarios, por lo que si bien no podrán ser analizados en toda su magnitud, no puede faltar la mención de estos elementos en el análisis del mensaje verbal de los programas. Hay que aclarar en este sentido que, los elementos de animación verbal son más enfáticos en Estrellas de los ochenta y XETU, en Alta Frecuencia se trata de conductores con menos experiencia que denotan más limitaciones en su vinculación con los tele-espectadores.

Con esta aclaración el análisis que se expondrá llevará presente el acento emotivo que resulta difícil de evaluar, pero que alerta sobre el interés por despertar sentimientos de alegría en los tele-escuchas, que van más allá de las simples palabras.

Estrellas de los ochenta es el programa con mayor duración y con un horario sabatino que permite ser visto y escuchado por un gran número de niños y adolescentes, de esta manera lo que se dice en el programa tiene gran trascendencia entre el teleauditorio, que según los ratings<sup>(3)</sup> de INRA (International Research Asociation) son bastante altos. Para este caso el rating promedio fue de 9.76 para un público de 8 a 12 años, lo que traducido en tele-espectadores quiere decir unos 245 mil 474 niños-adolescentes.<sup>(4)</sup>

Al inicio del programa se anuncia el elenco de la emisión, esta presentación incluye invariablemente adjetivos como "sensacional", "hermosa", "estupendo", entre otros. Adjetivos que se repetirán al momento de anunciar las actuaciones de cada uno de los cantantes. Lo mismo sucede cuando Gloria Calzada anuncia los videorocks que concursarán, y hace comentarios en torno a los "grandes" equipos de producción (programa del 14 de junio de 1986), o la popularidad de los cantantes (programa del 9 de agosto).

Mensaje reiterativo es la mención de que Estrellas de los ochentas es la "plataforma juvenil de México", de hecho las ideas coreográficas que se manejan refuerzan esa idea de ambiente espacial de despegue hacia las estrellas. De hecho "la plataforma juvenil de México" puede sintetizar el in-

(3) Rating es el porcentaje de personas que tiene acceso a la televisión, y la ven.

(4) Informe trimestral de televisión INRA, México, julio, 1986.

terés primordial del mensaje televisivo, al señalarse como los impulsores de futuras "estrellas", "ídolos"; o bien como pro motores de sus "estrellitas" del momento.

Si bien existen ideas ejes en el programa, como la anterior, no quiere decir que sea la única, ya que al fin de cuentas se deben promocionar las actividades que Televisa organice en esas áreas. Así pues el periodo en que se realizó el monitoreo coincidió con todo el despliegue publicitario que se hizo alrededor del Mundial de fútbol México 86, en este sentido se hicieron muchos comentarios en el programa en torno a ello. El 14 de junio por ejemplo, Marcos Valdés informó sobre cuál era el equipo más goleador de todos los mundiales, o el 9 de agosto que se presentó el testimonio de Fernando Quirarte defensa de la selección mexicana de fútbol, el futbolista habló sobre sus actividades cotidianas.

Este ejemplo se ve incrementado en tiempo y repeticiones cuando se trata de cantantes, de hecho se innovan constantemente secciones del programa. Una de las secciones que varía en presentaciones pero que no ha desaparecido desde los inicios del programa, es la presentación de lo que llaman "Nuevos Valores", esto resulta una parte clave en la estructura de contenido ya que le dá fuerza a su idea de "Plataforma juvenil", en relación a la promoción de próximas "estrellas". Los nuevos valores que se presentan surgen del negocio de Valores Juveniles patrocinado por Bacardí y Compañía, esta empresa además es una de las principales promotoras del programa. (véase el

inciso sobre publicidad en este capítulo).

Existe una sección del programa que se dedica únicamente a presentar a los concursantes de Valores Juveniles, y que aunque como se mencionaba la idea ha permanecido, los matices y la forma de estructurar la sección si ha cambiado, en el momento en el que se hizo el monitoreo la sección se llamaba "Desbanca a la estrella" su dinámica consiste en presentar en concurso a dos cantantes de la rama femenil y dos de la varonil, mientras un jurado (supuestamente del público y estudiantes) decide quién canta mejor de las dos concursantes femeninas y de los dos cantantes masculinos. El cantante que gane cinco programas consecutivos recibe diversos premios, además de oportunidades de participación en los programas musicales de Televisa.

En el periodo de análisis se presentaron un total de dieciocho cantantes de Valores Juveniles, que aunque parecieran muchos para cinco programas, desde el momento en que se integran a un concurso, permiten involucrar una participación más activa por parte del tele-escucha, esta participación lo vincula con los intérpretes, con el programa y con el patrocinador (Bacardí y Cía.).

Pero ese no es el único caso, también está el "Círculo Pepsi" en el cual se anuncian a los artistas que recibieron el mayor número de corcholatas por parte de sus admiradores, la idea final es que el grupo de admiradores de un artista que envíe más corcholatas del refresco al programa, podrá estar con su artista una tarde, dicho en sus palabras la idea es "júnten

se para admirar a su ídolo".

Los conductores de esta sección son diferentes a los del programa en general, siguen siendo un hombre y una mujer quienes después de dar a conocer "su" lista de popularidad presentan un videoclip, y comentan sobre el cantante del mismo. El sábado 14 de junio, al presentarse el video de Johny y Tatiana a la canción "Cuando estemos juntos" se comentó que era un video "muy animado" que daban ganas de bailar, pero que además se trataba de una canción con un gran mensaje para los jóvenes parejas, ya que a juicio de los conductores los intérpretes realizan una labor de paternidad responsable.

La letra de esta canción repite en sus estrofas que los jóvenes no se dejen llevar por sus emociones, que todo llega en su momento, que se debe esperar el momento para tener hijos. Para empezar no se toma en cuenta qué tipo de valores morales reproduce esta canción, que a fin de cuentas propone una solución frustrada o malograda a la relación de las parejas, no se brinda una opción abierta como podría ser recomendar el uso de anticonceptivos. De cualquier manera cualquier posibilidad de trascendencia de este mensaje musical se pierde definitivamente ante la abrumadora cantidad de letras que contradicen la idea de preparación, de espera o de freno, como ejemplos están: Fuego y ternura, que interpreta Lucerito; Corro, vuelo y me acelero, con Timbiriche o bien Me sabes a chocolate, con Menudo. Simplemente en la misma sección del Círculo del Éxito Pepsi se presentaron en otros programas los videos de Lucía Méndez a la canción Te quiero; el de Daniela Romo a

la canción Prometes, y uno más de Tatiana que contradice la letra de Cuando estemos juntos, y se llama Me voy a enamorar.

El 16 de agosto en la sección de Pepsi los conductores invitaron a los tele-escuchas a que sintonicen la XEW, en el radio, ya que se transmite entre semana un programa llamado "El círculo del éxito". Esta recomendación refuerza plenamente el mensaje musical comercial, en donde se utilizan dos medios de comunicación por un sólo patrocinador como es Pepsi.

Todavía en el análisis de esta sección, durante el monitoreo, Menudo apareció en la lista de popularidad corcholata, en el primer lugar, con lo cual queda clara la importancia que tienen los niños-adolescentes entre los tele-escuchas.

Estrellas de los ochentas cuenta además con otra sección que se llama la Revista de las estrellas, a través de la cual se hacen diversos señalamientos sobre la distribución del tiempo libre, las formas de vestir y hablar. Así pues cada programa Gloria Calzada indica cuál es la película a recomendar, el libro a leer, la canción, el evento los cumpleaños de artistas, la moda y la expresión "de la semana" (recuérdese que el programa tiene una periodicidad semanal).

En el periodo de análisis las películas que se recomendaron fueron: El honor de la familia Prizzi, Karate Kid II, la segunda parte de Loca academia de policía. En cuanto a los libros se pasó de Ulyses, de James Joyce hasta la Biografía de un joven de la clase media de Careaga, pasando por El loco,

e Jalil Gibran. Las canciones de la semana invariablemente fueron las de los cantantes que ahí se presentan. En eventos se mencionó la segunda etapa del mundial, la presentación de Fresas y Chayán en el Teatro Insurgentes y el coctel de la OTI.

En la parte de los cumpleaños de artistas sólo se mencionaron los de cantantes y actores que trabajan para Televisa, una de las noticias que se dieron habló sobre las semifinales de Valores Juveniles; además se recomendaron las obras de Teatro: El show de Terror de Rocky, Andreo y Loco Amor. Y finalmente en cuanto a las expresiones de "la semana" se mencionaron: "No hay", "No controles" y "Andale".

Como se observa esta sección engloba y captura muchos elementos de programas, artistas o empresas relacionadas con Televisa, es la sección "entre familia" de Televisa, ya que, hasta felicitaciones surgen.

Si bien Estrellas de los ochenta es el programa de mayor duración dentro de los que se analizaron, su diferencia con XETU y Alta Frecuencia no es muy significativa en cuanto al tipo de comentarios de los conductores.

XETU es un interesante ejemplo del manejo del mensaje verbal, en los programas musicales de Televisa, ya que si bien no se dice nada que contradiga los comentarios de Estrellas de los ochenta, el estilo de René Casados le da matices diferentes al programa.

Las participaciones de René Casados y Gabriela Rivera incluyen frecuentemente frases que al analizarse se vuelven retóricas, simples o cargadas de valores morales tradicionales, como ejemplos están: "A un hombre enamorado no lo derrota nadie", "hay que ser leal a una causa no a una persona", "la lealtad se gana con la lucha y dignidad", "la historia nos une, pero más el porvenir", "hay que estar a la altura de las circunstancias", "una gran empresa es la esencia de la vida y ello se consigue con la voluntad de poder", "por nuestras obras valen nuestras ideas", "vivir demasiado rápido nos impide vivir todas las cosas por pequeñas que sean", "en esta era supersónica hay que detenernos a meditar", "el patrimonio más grande que tenemos es México", "la salud corporal se logra al practicar una disciplina como parte de nuestra vida". (Información obtenida del monitoreo de cinco programas de XETU).

Las frases dichas entre letras, sonrisas y pistas musicales adquieren dimensiones y formas confusas, resulta difícil interpretar la frase "a un hombre enamorado no lo derrota nadie", entre las canciones Prometes y Lástima que interpretó Daniela Romo, el programa del 20 de mayo. También sería interesante conocer que significa eso de que "una gran empresa es la esencia de la vida", tal vez hasta se haga referencia a la misma Televisa, pero ¿qué puede significar para un niño o adolescente tele-escucha eso de "una gran empresa", o es que deben aprender a relacionar la gran empresa con Televisa? El juego de palabras convierte las frases de René Casados y Gabriela Rivera en acertijos para el tele-escucha, o hasta en sugerencias

las subliminales significativas.

Sin embargo eso no es todo, la estructura del programa presenta al inicio de su transmisión, una breve plática entre unos muñecos. Estos personajes platican entre sí sobre diversos temas como son: La informalidad de las mujeres, las diversiones en el mundial, "los ideales" de superación de los jóvenes, la paternidad ideal y la necesidad de ser puntuales.

En el caso de la modalidad de XETU, "Canta, Canta" emisión que se transmite los martes, se presenta a un grupo de concursantes que interpretan por turno, una o dos líneas de una de las canciones comerciales. Un jurado de tres personas deciden quien gana. Lo interesante es que al momento de presentar a las concursantes (siempre son mujeres), éstas tienen que hacer algún comentario breve estilo René Casados. Los temas de los comentarios durante el periodo de análisis fueron: Las áreas de estudio en el bachillerato y la función que tienen en los estudios profesionales y en el otro caso se habló del ejercicio físico vinculado con el mundial.

Poco a poco con estos elementos se construye la imagen del niño-adolescente para Televisa, para la cual el amor, la lealtad, la búsqueda de empresas se incluyen como objetivos en la vida de los jóvenes auditorios. Un niño-adolescente debe ser formal, puntual y ávido de superación (estos atributos dentro de las conceptualizaciones de Televisa), pero además se debe preocupar por la escuela en sí misma, y por supuesto practicar algún deporte.

En cuanto a lo que se entiende por conocimientos, se tiene que hacer referencia a momentos pasivos e inmóviles. Saber y conocer están permitidos únicamente a la memoria, como sucede en la emisión de XETU "Funcionísima", en la cual dos equipos compiten en un juego de preguntas y respuestas. El tipo de preguntas es de carácter enciclopédico y van desde la fórmula química de la sal, hasta el título de las canciones de moda, además se piden los nombres de deportistas y se brinda la lista de popularidad de la semana.

La lista de popularidad para el 22 de mayo fue la siguiente:

- 10) Mujeres con Marcelo Molina.
- 9) Pájaro que comió voló con Diego Verdaguer.
- 8) Luna Mágica con Rocío Banquells.
- 7) Bazar con Flans.
- 6) Jugar con Antonio de Jesús.
- 5) No controles con Flans.
- 4) Corro, vuelo y me acelero con Timbiriche.
- 3) Miguel con Angélica María.
- 2) Amor Imposible con Lucía Méndez.
- 1) Más con José José.

Como se observa todos los cantantes son comerciales, y se promocionan cuatro canciones de grupos y cantantes niños-adolescentes.

En cuanto al objetivo explícito de XETU (según los comentarios de los conductores), se mencionó en repetidas oca-

iones que XETU "es un juvenil espacio donde se mezcla la alegría de la cordialidad mexicana... la música sigue siendo el tema de XETU" (Gabriela Rivero, 22 de mayo). Por su parte René Casados comentó en ese mismo programa que "el entusiasmo y pre disposición a la diversión son los objetivos del programa". Así pues para XETU los tele-escuchas deben estar predispuestos a la diversión, y deben alegrarse con "su música". Antes de prender la televisión los jóvenes deben definir un estado de ánimo "juvenilmente alegre", ¿o qué no son gente joven?

En cuanto al tercer programa que se analizó dentro de la programación de Televisa; Alta Frecuencia, se debe aclarar que se trata de la emisión más escueta en cuanto a comentarios se refiere, tanto cuantitativa como cualitativamente.

Los conductores de Alta Frecuencia resultaron ser novatos ante las cámaras, por lo que se expresaban con dificultad, con lo que la animación del programa se convirtió en un reiterado elogio a los artistas que presentaban, o en una promoción a sus discos.

Alta Frecuencia se convirtió en la emisión con los comentarios más burdos en las presentaciones musicales de Televisa. Un ejemplo de esto fue la presentación al video del grupo musical de rock nacional, Kerygma, en la que se señaló que el video era un homenaje a México y por tanto una actitud nacionalista, pero lo peor es que en el bloque siguiente, Roberto Alarcón y "Lulú" Ramos realizan un juego lingüístico con palabras en inglés, para terminar comentando que la tradición me-

xicana "debe festejar el día de muertos y no el Halloween".

Otros comentarios sobresalientes son la verbalización del auditorio a quien dirigen sus videoclips, en este sentido los locutores enfatizan que se trata de un programa para niños y adolescentes.

El 9 de mayo uno de los conductores señaló que el título de la canción que interpreta Lucerito, Fuego y Ternura, está compuesto por dos sustantivos que deben integrarse al sentir de un "enamorado". Este comentario embona perfectamente con lo que se comentaba del sentido de las frases en XETU, claro que en Alta Frecuencia la situación se vuelve más explícita, y se convierte en una desinhibida publicidad para cantantes y canciones comerciales, basta mencionar el comentario final del programa del 9 de mayo, en donde Roberto Alarcón dice que va a ir a un bazar a ver si se enamora de alguien con jeans haciendo alusión a la letra de la canción Bazar, que canta el grupo Flans.

En el programa del 12 de mayo los conductores platicaron sobre las posibilidades que tiene la mujer para desarrollarse al parejo del hombre, al respecto se mencionó a Simone de Beauvoir y agregaron que por ello, y como ejemplo, presentaban a ¡Lucía Méndez!!, con su video a la canción Amor volcánico.

Dentro del mismo tipo de comentarios, el 21 de mayo se habló sobre la relación de Tina Turner, cantante norteamericana de rock comercial, y Emmanuel, cantante mexicano, durante

la filmación de un comercial para una firma comercial, este comentario hace alusión concretamente a Pepsi Cola.

Pero por si fuera poco, en este programa se usaba frecuentemente la palabra "rock" como descripción de algo de moda, por lo que todo tipo de música y cantantes pasaban a formar parte del rock, desde Lucía Méndez hasta Timbiriche pasando por Luis Miguel.

Aún sin la importancia y trascendencia de XETU y Estrellas de los ochenta, Alta Frecuencia complementa muy bien la imagen de los niños y adolescentes que Televisa maneja a través de su música, y todo el aparato comercial que viene empujando.

### 3.2.3. Publicidad

El número y tipo de comerciales que se transmiten a lo largo de Estrellas de los ochenta, XETU y Alta Frecuencia son importantes para el análisis, no sólo por las ganancias que representan para Televisa, sino por el tipo de mensajes publicitarios que se vinculan con los jóvenes auditores, así como por las empresas interesadas en difundir su publicidad en los programas musicales.

Los tipos de comerciales que se transmitieron durante el monitoreo variaron entre botanas, pastelitos, muebles, el mundial, obras de teatro, discos, películas, periódicos, una ración, refrescos, juegos de mesa, presentación de artistas en clubes nocturnos, hoteles de Acapulco, Facultad de Conta-

dura y Administración de la UNAM, tiendas de regalos, anuncios de telenovelas, programas musicales y propaganda de la SEP, Defensa Nacional, Museo Rufino Tamayo, toallas sanitarias, revistas femeninas, dulces, un producto de bebé, zapatos de plástico, shampoo y acondicionadores para cabello, una enciclopedia, bebidas alcohólicas, cuadernos, cursos de inglés, juguetes, desodorantes, ropa juvenil, pegamento, zapatos, presentación de grupos musicales en un teatro y gelatinas.

Esta gama de productos establece bien claro a qué tipo de público se piensa se está llegando, si bien no se trata de definir estrictamente el teleauditorio de los programas, si se puede hablar de claros mensajes a niños y adolescentes, no sólo a uno u otro, sino a ambos, ya que se conjugan una serie de productos que llaman específicamente a alguno de estos dos sectores, como sucede con los juguetes para los niños, o la ropa juvenil que para los adolescentes es un factor clave, aunque existe publicidad para ambos sectores, a través de productos de "supuesto" uso común.

Por el tipo de comerciales también se puede observar que existe un interés publicitario acentuado hacia las mujeres niñas-adolescentes dado que se les ofrecen desodorantes, toallas sanitarias, zapatos de plástico y shampoo, aunque se busca incluir en este tipo de consumo a los jóvenes al presentarles por ejemplo un fijador para cabello que lo usan indistintamente hombres o mujeres, esta gelatina para la cabellera está promocionada por René Casados y Gabriela Rivero.

Por otra parte en algunos casos podría quedar poco

precisa la intención de los publicistas si sólo se menciona el producto, como puede ser Pepsi-Cola, pero si se describen los comerciales bien se entiende el porqué se considera que se dirigen a los jóvenes. Como ejemplo está un comercial de Pepsi el cual presenta un supuesto concierto musical de Tina Turner cantante comercial de rock y Emmanuel. Ella canta en inglés y al final se dice "Ven al sabor". Las tomas predominantes de este comercial son full shot a los cantantes o long shot al auditorio repleto de jóvenes que aplauden y gritan.

Como el caso del comercial de Pepsi donde se utilizan motivos o modelos de jóvenes, se reproduce en marcas como: Fanta, Coca Cola, Shampoo Fabergé, Sabritas, Barcel, Cockteles Bacardí y algunas obras de teatro.

Ahora bien, existe un caso particular, el de las bebidas alcohólicas que sólo se publicitan en Estrellas de los ochentas, ya que uno de los patrocinadores de este programa es Bacardí y Cía. Así pues durante los programas que se analizaron se transmitieron un promedio de dos comerciales de los cockteles Bacardí por programa. Los comerciales en su gran mayoría presentan a adolescentes sonrientes que hablan de la bebida.

Lo significativo de la publicidad de bebidas alcohólicas es el horario en que se transmiten (de las 17:30 a las 19:00 horas), además de que se trata de un programa dirigido a niños y adolescentes, el caso es tan singular que pone en cuestionamiento las disposiciones de las tarifas y datos de medios audiovisuales que según la revista de Tarifas y datos la misma

Televisa establece que: "Las bebidas alcohólicas de graduación de 20° GL, o más sólo podrán anunciarse a partir de las 22 horas". (5)

Además según el marco legal, el artículo 67 de la Ley Federal de Radio y Televisión establece que la publicidad: "I. Deberá mantener un prudente equilibrio entre el anuncio comercial y el conjunto de la programación.

II. No se hará publicidad a Centros de vicio de cualquier naturaleza.

III. No se transmitirá propaganda o anuncios de productos industriales o comerciales o de actividades que engañen al público, le causen algún perjuicio por la exageración o falsedad en la indicación de sus usos, aplicaciones o propiedades". (6)

Como se observa la misma lectura de los artículos resulta confusa no se establecen claramente los conceptos, tal es el caso de "prudente equilibrio". Sin embargo aún con sus confusiones, queda manifiesta la violación que se hace de la ley. Por ejemplo en el caso de las bebidas alcohólicas donde se especifica que no puede tratarse de una publicidad continua, y que se debe alternar con anuncios de educación higiénica (artículo 68). (7) Así en el caso de Estrellas de los ochenta es clara la violación ya que junto con los cockteles Bacardí se anunciaron: Pepsi, un disco del grupo Baltimora, Burguer Boy,

(5) Tarifas y datos medios audiovisuales, No. 111, p. 182.

(6) Raúl Cremoux, La legislación mexicana en radio y televisión, p. 62.

(7) Ibid., p. 65.



entre otros.

Ahora bien, como se ha mencionado en estudios publicitarios resulta clave la vinculación y mezcla de diversos valores, gustos y expectativas en los anuncios comerciales con los contenidos de los programas. El ejemplo de las bebidas alcohólicas no deja duda, a los jóvenes auditorios se les presenta la relación entre música, alegría, moda, etc., con la bebida.

En cuanto a las millonarias ganancias para Televisa por la venta de espacios en televisión en estos programas musicales, quedarán más claras al presentar las tarifas para el canal 2 vigentes en julio de 1986.<sup>(8)</sup>

	EN CORTE	DENTRO DEL PROGRAMA
20 segundos	3 820 000	4 450 000
30 segundos	5 780 000	6 675 000
40 segundos	7 640 000	8 900 000
60 segundos	11 460 000	13 350 000

Esta tarifa se aplicó a XETU y Estrellas de los ochentas; si se toma en cuenta que en XETU en promedio se transmitieron 12.2 comerciales equivalentes a 6 minutos, traducido a pesos se trata de 180 millones 100 pesos diarios por esta emisión. En cuanto a Estrellas de los ochentas el promedio de comerciales fue de 29.2 para un tiempo de 30 minutos que equival-

(8) Tarifas y datos a medios audiovisuales, Op. cit., p. 182.

dría a 400 millones 500 mil pesos por programa.

Finalmente las tarifas para Alta Frecuencia o sea canal 5, en julio de 1986<sup>(9)</sup> eran:

CLASE AAA de las 17 a las 24 horas

	EN CORTE	DENTRO DEL PROGRAMA
20 segundos	2 400 000	2 850 000
30 segundos	3 600 000	4 275 000
40 segundos	4 800 000	5 700 000
60 segundos	7 200 000	8 500 000

Con estos datos y el promedio de comerciales dentro del programa que fue de 12 minutos, se está hablando de 102 millones 600 mil pesos.

Las cifras por sí solas explican la lógica de la producción televisiva que no sólo se aplica al caso de los programas musicales.

### 3.2.4. Tiempos

Conocer el tiempo que le dedicaron los programas musicales de Televisa a la música, los comentarios y la publicidad, no es un indicador que determine el rumbo de la investigación, sin embargo aclara el objeto de las emisiones, y enriquece el panorama de este tipo de programas para el análisis.

(9) Idem.

En la cuestión de tiempos por un lado está la música que en Estrellas de los ochenta fue en promedio de 32 minutos por programa, si se toma en cuenta que el programa dura 1 hora 27 minutos, se está hablando de un 37% del tiempo total de la emisión. Ahora bien en este tiempo se presentaron en promedio 10.9 canciones y 9 cantantes. Este hecho por sí sólo evidencia un desfile abrumador de ídolos o futuros ídolos, ya que cada participación se reduce a una canción y cuando mucho dos.

Como se observa aunque el tiempo de música en Estrellas de los ochentas no llega ni a la mitad del total, el número de cantantes para un tiempo tan limitado, no permite apreciar más que las innovaciones técnicas y coreográficas que se implementan para las presentaciones musicales, ya que de la obra musical de los intérpretes no se puede apreciar nada digno de tomarse en cuenta.

En cuanto a los otros tiempos del programa, se observó que para comentarios en promedio se destinaron 25.5 minutos, lo que equivale al 29% del tiempo total. Este dato resulta significativo después de haber analizado el tipo de comentarios que se emiten. (ver inciso 3 de este capítulo).

Finalmente el tiempo de comerciales en promedio fue de 30 minutos que equivale al 35% del tiempo, esto es, superior al tiempo promedio de comentarios y muy cerca del tiempo de música, con todo lo que legal y económicamente significa (ver inciso anterior).

XETU mantiene la línea de Estrellas de los ochenta, aunque con algunos matices, su tiempo musical en promedio equivale a diez minutos o sea el 38% del tiempo total del programa. Durante este tiempo se presenta a un sólo cantante o grupo que interpreta de dos a cuatro canciones, esta diferencia con el programa anterior es importante, ya que aún y cuando se trata de objetivos comerciales, no sólo se interpreta la canción más exitosa, sino que al interpretarse canciones poco conocidas permiten a los tele-escuchas conocer un poco más sobre la obra musical de los ídolos.

Los tiempos de comentarios y comerciales resultan importantes, ya que en el primer caso el promedio fue de diez minutos, que representa el 38% del tiempo. En cuanto a los comerciales el tiempo promedio fue de 7 minutos lo cual equivale al 24% del tiempo total de XETU.

Finalmente Alta Frecuencia con una duración de 57 minutos destina el 47% de su tiempo total, esto es, 27 minutos a la música, presentándose en promedio siete canciones por programa, las canciones son de siete cantantes y grupos diferentes; esta presentación tan numerosa coincide con la de Estrellas de los ochenta, con la variante de que al tratarse de videoclips, las imágenes se vuelven más llamativas. El hecho de vincular imágenes-música-cantantes establece nuevas perspectivas para la música comercial, más aún cuando se observan siete tramas imágenes diferentes a lo largo del programa.

en cuanto al tiempo de comentarios se trató de un promedio de 13 minutos lo que representa un 22' del tiempo total, y lo mismo que en Estrellas de los ochenta se trata de un tiempo menor al promedio de los comerciales que es de 17 minutos para un porcentaje del 30%.

De los tres programas el que mayor tiempo le dedica a la música es Alta Frecuencia, y también es el único que basa su dinámica en la presentación de videoclips. Sin embargo en ninguno de los casos el tiempo musical superó el 50%, y aunque en relación a los otros tiempos, el musical siempre fue mayor, existen como se han visto otros elementos relevantes en la dinámica de los programas musicales de Televisa.

Antes de comenzar el análisis de los programas de Imevisión es importante tomar en cuenta que Televisa cuenta con muchísimos elementos que le permitirían expresar en un amplio sentido creativo las posibilidades de la música, sin dejar sus objetivos comerciales.

Simplemente el análisis de los tiempos exige nuevas distribuciones para música, comentarios y comerciales, resulta excesivo que en los tres casos más del 20% del tiempo dentro del programa se destine a publicidad, sería más respetable en todo caso incrementar la publicidad entre programas, y permitir la fluidez de la música y los comentarios.

### 3.3. Análisis de casos concretos en la programación de Imevisión: Para Bajitos y Lo Mejor de Música y Algo Más

#### 3.3.1. Dinámica musical

El análisis de los dos programas monitoreados en Imevisión se realizará de manera separada a diferencia del caso de Televisa. La razón es la forma, presentación y tipo de música que se difunde.

Si bien en el caso de Televisa se comentó que la música y su presentación en los tres programas que se analizaron son muy parecidos, son precisamente las diferencias, las que obligan a una interpretación separada entre Para Bajitos y Lo mejor de música y algo más.

Si bien no se está afirmando que se trate de dos lógicas de presentación musical contrarias, sí existen diferencias claras ya que en un caso se difunde música exclusivamente para niños, y en el otro caso es música para jóvenes, por lo que las características de cada emisión se aprecian con más detalle de manera separada.

#### DINÁMICA MUSICAL

##### Lo mejor de música y algo más

El desarrollo de la estructura de contenido de esta emisión tiene como sustento importante, a la productora Patricia Navarrete, con la participación de Sergio Romano en la producción, y por supuesto en la conducción. Precisamente es a

través de la conducción que se aprecia la participación de Romano en la realización del mensaje. (Este punto quedará más claro al llegar a la parte de los comentarios del programa).

Lo mejor de música y algo más fue la continuación de la serie Música y algo más, la cual se producía en vivo con teléfono en estudio, con cantantes en vivo, pero sin público espectador.

Cuando la serie llegó a un cierto número de emisiones, el programa deja de producirse en vivo, por lo que se agregó al nombre "Lo mejor de...", tras este cambio se empezaron a hacer una serie de recapitulaciones de presentaciones musicales anteriores.

La definición que hace Sergio Romano a esta nueva etapa de la serie es la siguiente: "Lo mejor de música y algo más es el reciclaje de un material reciente, manteniendo un enfoque personal, sin tocar las manoseadas canciones de la radio..." (programa del lunes 12 de mayo de 1986).

Así pues, lo mejor de música y algo más presentaba las grabaciones musicales de la serie anterior acompañada de los comentarios de Sergio Romano.

El hecho de usar un solo conductor y además hombre, le dió a la emisión un aspecto de formalidad, si se toma en cuenta el aspecto físico del conductor ya maduro entre unos 45 y 55 años, canoso y con aires de conocedor, por lo que la imagen resulte muy seria. En algunas ocasiones Romano presentó algunas in-

vitadas en las charlas, curiosamente siempre fueron mujeres mucho más jóvenes que él, pero nunca se logró crear un ambiente juvenil y fresco como sucede en Televisa.

En este sentido la música fue la que determinó en gran medida la posibilidad de despertar el interés de los jóvenes auditorios en el programa. Esta diferencia con la televisión comercial resulta clave ya que permite presentar a la música de una manera distinta, tal vez no contraria, pero con los acentos musicales en otras partes.

Para empezar en Lo mejor de música y algo más se difundían canciones que no tienen acceso a los medios comerciales en nuestro país, o bien de "esa" música que se ha calificado como "de siempre", aunque predominaron las canciones, intérpretes y compositores muy jóvenes.

De esta manera este tipo de música "nueva" con ideas cotidianas, podría llegar a chocar con las perspectivas de los sectores juveniles.

Durante los cinco programas monitoreados se presentaron un total de 21 cantantes; cada emisión duraba 57 minutos y se presentaban de dos a tres veces cada artista.

Las canciones variaron de temas frecuentemente, entre los títulos de canciones destacaban: La calle donde vayas, Retratos, Los coros de la Morga, Fiesta y Mara, La pastora, Un canto a Galicia, Golondrina presumida, What Happen, Una emoción, un beso y un suspiro, Soy pan, Cantares, Siempre Viva, Hombre

en el tiempo, etc. En la mayoría de los casos el título no describe, ni se repite en la letra de la canción, sino que en la mayoría de las ocasiones complementa la letra lo cual implica un mayor grado de dificultad al momento de querer memorizar una letra; esto provoca una actitud más alerta, una escucha más cuidadosa al intentar entender las letras.

Las canciones de Lo mejor de música y algo más reclaman atención, se requiere de un momento y espacio para asimilar la canción. Como ejemplo está el siguiente fragmento de la canción Como un gorrión de Joan Manuel Serrat:

"... Nació libre como el viento,  
no tiene amor, ni patrón,  
y se mueve por instinto,  
como un gorrión..."

En este párrafo se observan tres verbos, dos en presente y uno en pasado, los cuales están conjugados de manera diferente a los analizados en las letras comerciales. Pero además la construcción gramatical involucra una metáfora que requiere de reflexión para entenderse ya que simplemente resulta complejo entender (dentro del discurso comercial), el no tener amor, ni patrón porque se es libre. Lo más importante es que este tipo de ejemplos se repiten constantemente.

Pero la presentación de la música en este programa resulta atractiva no sólo por las letras de las canciones, sino también por la manera de interpretarlas. Así pues, los cantan

tes fueron grabados en vivo sin pistas, esto es, con música y voz en el momento, de hecho muchos de ellos tocaban sus instrumentos, y cuando no sucedía así, había una orquesta que los acompañaba.

Esta característica contrasta con los programas musicales de Televisa, y aunque al momento de ver el programa pareciera perderse la espectacularidad de las escenografías, o los pasos de baile; la música en vivo, sin pistas gana y abre posibilidades de apreciación musical. De los 27 cantantes que se presentaron en Lo mejor de música y algo más, durante el período de monitoreo, 17 se presentaron tocando sus instrumentos, que fueron básicamente guitarras acústicas, este hecho acentúa aún más las diferencias con los musicales de Televisa, además de que habla de niveles artísticos más integrales y completos, que los que presenta la televisión comercial.

La posibilidad de escuchar a un cantante-músico descarta de antemano la idea de la perfección tecnomusical al no fragmentar dos de los procesos musicales, la interpretación y musicalización. El cantante en vivo además se palpa y escucha como un ser humano, lo cual sensibiliza al auditorio, desde el momento en que el cantante pueda equivocarse, olvidarse de un párrafo, cantar con sentimiento o hasta llorar. El cantante cuando verdaderamente canta, gesticula, abre la boca y transmite una serie de emociones que a través de las pistas nunca se perciben.

Pero todavía dentro de la presentación musical existe un elemento más a tomar en cuenta; el tipo de instrumentos con los que se acompañan las canciones. En el caso de lo mejor de música y algo más, basta decir que sólo una presentación se hizo con pista musical (no completa), y dos con guitarras eléctricas, de ahí en fuera siempre se utilizaron instrumentos acústicos, esto es, no electrónicos. En este sentido a lo largo del monitoreo se escucharon y vieron: guitarras, pianos, baterías, trompeta, charango, bombo, kena, bajo, flauta y cascabeles.

El uso de instrumentos acústicos brinda elementos musicales alternativos al mensaje musical comercial, que utiliza enfáticamente los instrumentos electrónicos como: el sintetizador, guitarra, bajo y hasta batería eléctrica. Y más allá de la importancia de los instrumentos acústicos o electrónicos es necesario ubicar las implicaciones y expectativas que se generan; lo electrónico se vincula con lo más novedoso, vanguardista, los avances tecnológicos en música se concentran en esa área; mientras que lo acústico se vincula con lo rústico, lo rebelde, inconforme y hasta se vislumbra como algo regresivo. Estas apreciaciones no son nuevas, ni personales y ante todo se deben valorar como diferencias musicales dentro de las presentaciones televisivas, dentro del recorrido histórico de la música a través de la televisión mexicana.

#### PARA BAJITOS

Si bien Para Bajitos es un programa musical para niños, utiliza la música de manera diferente a lo mejor de música y algo más, las ideas motrices en cuanto a lo que es la música son similares, pues se trata de presentaciones en vivo, cantando con orquesta y sin pistas de ningún tipo.

Por ello al describir específicamente el programa se pueden puntualizar tendencias musicales como parte de la difusión musical en la televisión pública.

Para bajitos es un programa musical para niños de tres años, para niños que apenas comienzan a hablar, niños que son llevados por sus papás al programa. Pero lo más significativo es que son estos niños los cantantes principales del programa.

Así pues cada semana diferentes niños cantan frente a un micrófono acompañados por una orquesta de cinco músicos. Los niños escogen sus canciones y las interpretan a su manera, empiezan y acaban sus canciones cuando ellos quieren, y en ocasiones si no recuerdan la letra, la inventan.

Durante el periodo de monitoreo se presentaron a cantar 75 niños, para un promedio de quince niños por programa, además de un grupo, cantante o artista invitado en cada emisión. La numerosa presentación de niños resulta altísima en comparación con los programas musicales para niños y adolescentes antes analizados, este hecho curiosamente evidencia la falta de

intereses comerciales, no se trata de presentar a las quince es-  
trellas del momento con sus quince éxitos, en una sola emisión,  
en Para bajitos la música es vista como un instrumento sensibi-  
lizador y socializante para los pequeños, ya que pasan a cantar  
cuando ellos quieren hacerlo, con el pedacito de canción que  
elijan y con el estilo que prefieran.

Esta visión de la música como instrumento en el desa-  
rrollo infantil descarta curiosamente la importancia de las  
letras y la música en sí mismas, de hecho Pin Pon, La rata vie-  
ja y Mamita linda, entre otras, son canciones que se repiten va-  
rias veces en un mismo programa, y no hay domingo en el que no  
se canten, pero no se trata de vender discos, sino de permitir-  
le a los niños expresarse a través de lo que han aprendido a  
cantar.

Resulta divertido ver los aprietos en los que caen  
los músicos de Para bajitos con tal de alcanzar a los niños  
mientras cantan; además de que nunca pueden predecir cuando  
terminará un niño de cantar. Como se observa no se trata de  
presentar a los cantantes preparados, "empistados", pero tam-  
poco de difundir un sinfín de canciones con letras didácticas  
para niños (como podría ser otro caso extremo).

En cuanto a las participaciones de artistas profesio-  
nales se debe aclarar que es un grupo de músicos dedicados a  
los niños como son: Kitzia y Gabriela, Los Hermanos Rincón,  
Luis Pérez y su grupo o Amparo Ochoa. La participación de es-  
tos artistas enriquecen la idea de música-canciones que se mane-

ja.

Luis Pérez y Kitzia y Gabriela por ejemplo se presen-  
tan explicando la forma de tocar los instrumentos musicales, y  
dando a conocer instrumentos poco comunes de tipo prehispánico  
o colonial.

En otro caso, las letras de los Hermanos Rincón re-  
vistan un carácter didáctico pero al mismo tiempo dinámico y di-  
vertido como sucede con:

#### Los números

"Soy uno cuando estoy solo,  
y dos si tú estás conmigo.

Somos tres si somos dos y  
viene algún amigo..."

(Canción interpretada el domingo  
8 de junio de 1986)

Los Hermanos Rincón además recurren a artificios vi-  
suales que atraen mucho a los niños como son los muñecos, en el  
Rock del changuito o El pulpo.

Pero además durante el programa los niños con la  
guía de una educadora realizan algunas labores manuales, o pin-  
tan sobre lienzos de papel, esta combinación de expresión músi-  
co-manual, le da un sentido muy peculiar a la música, la inte-  
gra a un conjunto de actividades de socialización infantil; in-  
tegra y no aísla a la música.

En la producción de Para bajitos es interesante observar que aunque aparezca como productor Luis Peregrina, el equipo de trabajo es numeroso e interdisciplinario (psicólogos, comunicólogos, educadores, etc.). Este equipo aunque interesado en el desarrollo infantil, genera al mismo tiempo espacios musicales en televisión.

Resulta sobresaliente que la conducción del programa está a cargo de un muchacho muy joven, Felipe Vera, que para el caso de niños tan pequeños puede servir como un impulso para las actuaciones de los niños, les da valor, ya que tal vez si fuera una conductora, los niños buscarían ser consentidos, llorarían fácilmente, etc.

Al estudio donde se realiza Para bajitos se permite el acceso a los padres de los niños, lo cual ratifica nuevamente las intenciones del programa, ya que niños entre tres y cinco años necesitan mucho de la presencia de sus padres. Además para niños un poco mayores, como podría ser el caso de los que cursan la primaria no se les brindan elementos acordes a sus inquietudes, simplemente un niño que empieza a buscar autonomía frente a sus padres y familia no le atrae participar ni ver un programa con niños pequeños, que bien pudieran ser sus hermanos menores.

En este sentido, la idea y realización de Para bajitos es un trabajo que se debe reconocer y valorizar, sin embargo como expresión televisiva queda corta, ya que margina a un enorme sector de niños y adolescentes de los que tampoco se ocu

pa Lo mejor de música y algo más. Y es precisamente Televisa la que retoma, elabora y se aprovecha comercialmente de ese enorme sector (niños que estudian primaria y secundaria).

Imevisión simplemente se salta la etapa de los seis a los trece años aproximadamente, en los proyectos musicales que implementa se presenta música para bebés de tres a cinco años, o la sofisticación de una música más elaborada, que debe tener un espacio de reflexión, o que cuando menos requiere de criterios culturales que la gran mayoría de los niños-adolescentes no tienen.

#### 3.3.1. Comentarios

En el caso de los comentarios de Para bajitos y Lo mejor de música y algo más nuevamente las diferencias de temáticas y estilos en la conducción sugirieron un análisis separado, aunque como sucedió con la dinámica musical, finalmente el hilo conductor de los comentarios de ambos programas coincide con lo que son y han sido los programas musicales en la televisión pública.

Lo mejor de música y algo más

Si bien Sergio Romano es el conductor de la serie, en diversas emisiones presentó invitados con quienes conversaba en torno a diferentes temas.

Durante el período de monitoreo se desarrollaron los siguientes temas: La obra musical de Joan Manuel Serrat, la



cultura, la identidad, el México prehispánico y el colonial, la televisión regional (caso Morelia). Aunque la enunciación de los temas pareciera determinar pláticas bien estructuradas, la manera en que se abordaron fue ambigua, poco precisa, dejándole toda la libertad de desarrollo temático al conductor.

Antes de señalar los comentarios sobre los temas en concreto, es preciso indicar que de los cinco temas solo uno se relaciona directamente con la música, de donde se desprende una primera conclusión para este apartado, y es que la música no representa por sí misma el centro y eje del programa, es un integrante más de un proyecto de serie televisiva. Esta característica se ha manejado desde los inicios de la televisión pública y continúa con las nuevas series en Imevisión. La música se sigue perdiendo entre temas y variedades de otro tipo, aún y cuando se dedique gran parte del tiempo del programa a la presentación musical.

Curiosamente el desarrollo y estructura de los programas no se liga totalmente a los objetivos explícitos que enunció Sergio Romano en cada uno de los programas en análisis. Los objetivos que se señalaron variaron entre "la recreación de 'algunas cosas' antiguas" (el antiguo hace referencia a la música) ... en donde justifico y comparto mis convicciones esperando sirvan de algo (programa del viernes 2 de mayo de 1986), también el conductor señaló que se trataba de un intento por brindar lo mejor en la parte final de la serie (programa del 5 de mayo); el miércoles 7 de mayo Sergio Romano comentó que uno de los objetivos de lo mejor de música y algo más

era abrir espacios para gente nueva y joven.

Romano enriquece la información sobre el programa, el 12 de mayo, al señalar que se trata de grabaciones, con baladas ya presentadas en donde él aprovecha para contestar telefonemas que quedaron archivados, el conductor agrega que Música y algo más contó con 121 participantes en sus dos años y medio de transmisión, para un total de 626 programas, y que al terminar la serie sólo resta charlar "... en un monólogo, donde yo propongo el tema".

Uno de los programas (13 de mayo de 1986) se transmitió desde Morelia, en esta emisión el conductor nuevamente dijo que continuaba la recapitulación, que no era lo mismo que evocar momentos de manera nostálgica. Así pues se observa que al parecer la música, la clausura de espacios nuevos para gente joven, no es motivo de pena o nostalgia. Para Romano lo importante era continuar desarrollando sus temas, en este sentido resulta irónico enunciar como objetivos abrir espacios, cuando al final las pláticas que podían reforzar la idea de necesidad de espacios musicales, se separan y utilizan como fondo las canciones.

Conocer algunas de las principales ideas que se manifestaron en el programa no modificará significativamente el manejo y presentación de la música, pero enriquecerá lo que hasta este momento se va construyendo como la perspectiva de Imevisión frente a la música.

De esta manera resulta interesante resaltar que dentro de los análisis musicales que se hicieron, la crítica musical fue una constante en el programa, el conductor señaló que los videobares y videodiscos desintegran la familia, que los adolescentes están en la ruina al escuchar en sus grabadoras las canciones de Juan Gabriel. Si bien la crítica puede ser cierta, la manera de hacerlo resulta ser altamente agresiva (esto se verá más adelante).

Otro punto que se enfatizó en el programa era la importancia de las letras en las canciones, por ejemplo el 2 de mayo, cuando se habla de la obra de Joan Manuel Serrat se subraya que se trata de poesías, "... que intercalan letra entre la música". Al referirse al LP llamado el "Sur también existe" se hace alusión a los temas que abordan las canciones, y Romano tras su reflexión concluye que la tecnología ha cambiado la jugada y agrega que por ello era tan necesario tener proyectos filosóficos. Estos comentarios se vinculan con las presentaciones musicales en tanto que ningún cantante utilizó música electrónica (como ya se vio).

Esta visión de Romano contra la tecnología, contra cualquier cosa comercial no puede manifestarse con argumentos que no les interesan ni entiendan los jóvenes auditorios, a los que supuestamente se dirige el programa. Simplemente a qué le sonará a un niño-adolescente el que le planteen la necesidad de tener un "proyecto filosófico", de antemano resulta una propuesta fuera de lugar.

Posteriormente, Sergio Romano en la misma emisión en la que se habla de la obra de Joan Manuel Serrat, hace una serie de comentarios que bien desarrollados pueden tener más vínculos con las vivencias de jóvenes y adolescentes. Los comentarios de Romano giraron en torno a la forma en que Serrat ve la vida cotidiana.

En cuanto a la importancia que se les da a las letras de las canciones, está el caso de la presentación del cantante Laramie. Romano señaló que es un excelente intérprete aunque cante letras en inglés, "ya que la música en español a fin de cuentas es también extranjera". De esta manera Romano desacredita a las letras en inglés, al cantante y no logra presentar un análisis musical global.

Existen otro tipo de comentarios que definen el criterio musical de la serie, por ejemplo cuando se presenta a los cantantes generalmente Romano hace algunos señalamientos que elogian de sobremanera o censuran a los cantantes. En el caso de Héctor Jalal y su orquesta se dijo que es el mejor grupo musical de México, o con Javier de la Cueva se comentó que es el primer roquero de México, pero por ejemplo con Fernanda Rojo se señaló que era una cantante con grandes aptitudes a la que le hace falta limarla en ciertos puntos; si bien es cierto que se polarizan los comentarios al momento de hacerse la presentación musical, asumen dimensiones muy distintas a los "super cantantes", "la guapísima...", "el único..." de Estrellas de los ochentas o XETU.

Lo mejor de música y algo más tenía una sección muy importante musicalmente: "En concierto", en la cual un grupo o cantante interpretaba tres canciones continuas. Esta sección se presentaba a la mitad del programa, y fue motivo de diversos comentarios por parte de Romano.

El 5 de mayo se dijo que "En concierto" era como el "comentario libre de un cantante... un momento musical que inventamos Patricia Navarrete y yo"; aparte de una mención sobre el surgimiento de esta sección. En esta parte del mensaje lo que resulta verdaderamente valioso es la oportunidad de conocer el trabajo de los cantantes o grupos, de apreciarlos a través de una parte de su obra, y no a través de una canción. "En concierto" permitió apreciar un trabajo integrado, una continuidad y estilo de interpretación, sin embargo era también un reto para los cantantes poco profesionales, quienes difícilmente cumplen con un mínimo de preparación o nivel musical.

Otro tema de reflexión en torno a los comentarios del conductor de Lo mejor de música y algo más, es la perspectiva que se difundió sobre los adolescentes y la música comercial.

Por un lado en el programa del 12 de mayo, Romano agrade a los adolescentes que escuchan en sus grabadoras a Juan Gabriel, dice que esos muchachos "están en la ruina". En otro programa, el 7 de mayo, al hablar de identidad el conductor sostiene que el joven transpala los valores, que son "desenfadados", y "no encuentran identidad", que intentan ser

como los del primer mundo cuando que México y Estados Unidos son muy diferentes. Contrariamente Victoria Eugenia invitada del conductor sostiene que los jóvenes tratan de mantener su autenticidad.

Si Lo mejor de música y algo más hubiera sido un programa de opinión donde se debatieran ciertos temas, y se intercalaran algunas presentaciones musicales esporádicas, dirigido a adultos, los comentarios sobre adolescentes se interpretarían más ampliamente, con otros criterios. Pero dentro de la dinámica, estructura y auditorios de la serie resultan agresivos, aunque fuesen ciertos los comentarios.

Tal vez el principal problema estriba en que la combinación de Música y algo más resulta demasiado ambigua en su momento práctico bajo la conducción de Romano, por lo cual no se puede cumplir un objetivo de manera clara. Ni música, ni algo más.

#### PARA BAJITOS

Los comentarios en este programa son cualitativamente diferentes a los de Lo mejor de música y algo más, sin embargo coinciden al presentar a la música como un complemento, un tanto desvinculado de la dinámica del programa.

Felipe Vera es el conductor de Para Bajitos, se trata de un muchacho joven de unos 28 ó 29 años que se encarga de presentar y platicar un poco, con los niños y artistas invitados.

Las participaciones del conductor incluyen algunas sugerencias sobre el trato de los padres a los hijos, o bien, intentan revalorizar el ingenio y creatividad de los pequeños.

El domingo 11 de mayo de 1986, el conductor comentó que sería bueno recordar el seguir siendo niños, hace alusión a la armonía y felicidad con que los niños disfrutaban el programa. El 1° de junio Vera comenta que es "Muy importante ser autosuficiente en todos aspectos..." este señalamiento surge cuando un niño invitado comenta que él ayuda a su madre, en el mismo programa el conductor dice que los niños deben ser amigos y no pelearse.

El 8 de junio los comentarios giraron en torno a la participación de los niños en el programa, el conductor indicó que no se debe obligar a los niños a participar, "que no se obligue a los niños a hacer algo que no quieran..." sostiene Vera.

El 4 de mayo el conductor sugiere a los padres que lleven a sus hijos a las pirámides y museos, ya que son riquezas importantes del país, y nuevamente se hace énfasis en que los niños hagan sólo lo que quieran.

El domingo en que se festeja el primer aniversario del programa, Vera dice que uno de los objetivos del programa es mantener el entusiasmo y humor de los niños, agrega que no hay nada preparado en el programa, y que se trata de darle toda la libertad a los niños.

Estos comentarios más las entrevistas con los niños, (en las cuales las preguntas frecuentes son: Qué haces en la escuela, cómo se llaman tus papás, cuántos años tienes, etc.), permiten ubicar nuevamente a la música como instrumento y no como fin, de hecho si los niños cantan es porque se busca una expresión artística que permita el desenvolvimiento de los niños. El hecho de que el fin justifique los medios, no es tema de discusión, de cualquier manera el concebir a la música como un complemento distorsiona la percepción y sensibilidad musical que pudieran desarrollar los pequeños.

Con estos elementos esbozados, es conveniente mencionar los señalamientos que se hicieron específicamente en torno a la música. El conductor habló muy poco del tema, más bien cantantes y grupos invitados fueron los que aportaron elementos musicales interesantes, esto resulta un tanto lógico ya que se trató de Luis Pérez, Amparo Ochoa, Los Hermanos Rincón y Kitzia y Gabriela, gente que tiene un trabajo y compromiso musical con los niños hace mucho tiempo atrás.

Luis Pérez quien interpreta música prehispánica ubicó a la música indígena en la historia, y explicó el significado de algunos sonidos o instrumentos, por ejemplo la flauta que imita los sonidos de la naturaleza se llama Apitzali, las maracas representan fertilidad por lo cual tienen una gran cantidad de semillas llamadas ayactztli, el músico agregó que el Hemej es una especie de trompeta maya. Si bien el tiempo no permite explicaciones más extensas, el presentarles a los niños los instrumentos y vincularlos con sus sonidos, aún y cuando no entien

dan la explicación, enriquece su perspectiva musical frente al mensaje musical dominante en los medios de difusión comerciales.

Amparo Ochoa por ejemplo prefirió señalar que la letra de la canción "La negrita" de Cri Cri es antirracista, agregando que la música se trae por dentro y se debe dejar salir. Este comentario a diferencia del de Luis Pérez subraya otro elemento integrante en la música: la letra. Si bien no se puede esperar que niños de tres a cinco años entiendan qué es "antirracista", se puede esperar que capten que las letras tienen diferentes significados.

En la presentación de Kitzia y Gabriela, las cantantes aprovecharon para enseñarles a los niños los nombres de algunos instrumentos musicales como el triángulo, los trótalos, el metalófono, asimismo jugaron con los sonidos de los animales en su canción "Las víboras y los alacranes".

Finalmente los Hermanos Rincón utilizaron sus espacios musicales para jugar con las letras de las canciones, como es el caso de "Los números".

Así pues son los mismos músicos los que se encargan de brindar elementos musicales a los niños a través de sus canciones y comentarios, este acierto del programa debería estar apoyado por participaciones del conductor, al momento de presentar a los niños en sus canciones.

Sin embargo alrededor de la música, Felipe Vera casi no comentó sobre la música, en el caso de la canción de "Las

víboras y los alacranes" que cantan Kitzia y Gabriela, el conductor indicó que es una bonita canción, que se encuentra en el disco de las artistas (programa del 11 de mayo). El 8 de junio Vera hizo una referencia a la letra de la canción de "Los números" de Los hermanos Rincón, ya que ese programa se dedicó a los números, además al momento de presentar a una participante Vera señaló que "es muy bonito saber cantar". El domingo 4 de mayo, el conductor presentó a unos niños que bailaron un fragmento de un baile indígena de Sonora, por lo que al respecto señaló que la tradición del baile es familiar, y más adelante en ese mismo programa comentó que la música "... de los bajitos es importante". Finalmente otro comentario de Vera en torno a la música, lo hizo el 18 de mayo al informar que el tema musical de la serie fue compuesto por Alejandro Herrera.

Como se observa los comentarios en torno a la música por parte del conductor son pocos e intrascendentes, aunque se debe mencionar que al final de los programas se informaba sobre los discos de los cantantes, y se indicaba donde localizarlos.

Si bien los comentarios de Para Bajitos no tienen ni buscan profundidad o concreción en un tema, como sucede en lo mejor de música y algo más; se logran integrar algunos elementos musicales dignos de tomarse en cuenta, pero factibles de su perarse y enriquecerse.

### 3.3.3. La Publicidad en IMEVISION

Para este inciso no es necesario analizar separadamente Para Bajitos y Lo mejor de música y algo más ya que, el número y tipo de anuncios comerciales son muy parecidos.

A diferencia de Televisa, Imevisión parece no vincular la publicidad con los auditorios a los que se persigue llegar con los programas.

La razón puede estribar en el escaso número de anuncios en los horarios de los programas analizados, que son en promedio cinco por programa para Lo mejor de música y algo más, y dos para Para Bajitos.

En cuanto al tipo de promocionales que se transmiten, en su mayoría son los relativos al sector público como la Secretaría de Marina, de Educación Pública, el Departamento del Distrito Federal, la Universidad Nacional Autónoma de México, el CREA, el Instituto Nacional del Consumidor, la Secretaría General de la Contraloría, Secretaría de Comunicaciones y Transportes, la Lotería Nacional y el Partido Socialista Unificado de México (PSUM). También se presentó una cápsula informativa sobre el cometa Halley. En cuanto al sector privado se anuncian algunas películas y en una ocasión Salinas y Rocha.

Como se observa el espacio de anuncios es muy breve lo que no reditúa para Imevisión dividendos importantes (como se verá más adelante), este hecho reduce las posibilidades de vida de las series, pero por otro lado les da más libertad a la

hora de su desarrollo temático, sus limitaciones se ubican a nivel institucional y económico.

De cualquier forma es importante tomar en cuenta el probable auditorio predominante para esos programas, y aprovechar los anuncios que informen o interesen a los auditorios como sucedió con el anuncio de la construcción de la biblioteca de la Facultad de Contaduría de la UNAM, durante la transmisión de Lo mejor de música y algo más, o bien la cápsula sobre el cometa Halley.

Durante los dos programas en análisis se transmitieron una gran cantidad de mensajes relativos a la programación de Imevisión, que si se partiera del supuesto teleauditorio no fueron aprovechados. En el caso de Para Bajitos se anunció un partido de fútbol del mundial, el beisbol y La guía de cada día. Sin embargo en Lo mejor de música y algo más la visión cambió y se anunciaron, la serie El conocimiento del hombre, Los Transformers, La Fundación, la película de los lunes, el programa musical Algo especial, Blanco y Negro, La hora espectacular, Cascarritas musicales, Noticiario Siete Días e Imevisión en el mundial.

Si se comparan tarifas de Imevisión y Televisa también se observan diferencias sustanciales, ya que para el programa Lo mejor de Música y algo más, el horario es el AA que tiene como tarifas en canal 13:

Clase AA, Horario: 17-19<sup>(10)</sup>

TIEMPO	CORTE	EN PROGRAMA
20 "	537 500	625 000
30 "	806 250	937 500
40 "	1 075 000	1 250 000
60 "	1 612 500	1 875 000

Ahora bien, en el caso de Para Bajitos, el horario corresponde a la clase A, que para canal 7 son las siguientes tarifas:

Clase A, Horario: 00-17

TIEMPO	CORTE	EN PROGRAMA
20 "	262 500	312 500
30 "	393 750	468 750
40 "	525 000	625 000
60 "	787 500	937 500

En cuanto a los servicios ofrecidos por el Estado, hay que aclarar que las tarifas se aplican de manera especial, según la Ley Federal de Radio y Televisión "... Todo aquel anuncio estatal que sea transmitido a través de la radio y televisión comercial tendrá la tarifa mínima en cualquier estación

(10) Tarifas y datos de medios audiovisuales, Op. cit.

emisora de que se trate. Ejemplos: productos de la Compañía Nacional de Subsistencias Populares; anuncios del Instituto Mexicano del Café; avisos de la Lotería Nacional; de la Comisión Federal de Electricidad; promociones de ferias estatales; campañas de exposiciones del Instituto Politécnico Nacional, la Universidad Nacional Autónoma de México y el Instituto Nacional de Bellas Artes.

Esta tarifa mínima sería aplicada en todos los tiempos comerciales (A', AA', AAA')<sup>(11)</sup>

Aunque el caso de Imevisión no puede mencionarse formalmente como televisión comercial, se manejan tarifas y tiempos, por lo tanto se puede pensar que el artículo anterior también se aplique a su caso. En este sentido se puede señalar que si la mayoría de los anuncios que se transmiten en Para Bajitos y Lo mejor de música y algo más son de los catalogados como "servicios ofrecidos por el Estado", las ganancias en este renglón se reducen a las tarifas de la clase A, que son iguales para canal 13 y 7, y que son 53.70% más bajas que las de horario A de canal 5, y 72.22% menores a las de la misma clase para canal 2.

Sin embargo en la práctica los anuncios de los "servicios ofrecidos por el Estado" sólo se cobran en el caso de que se transmitan en horario AAA, por lo que ninguno de los anuncios de Para Bajitos y Lo mejor de música y algo más se co

(11) Raúl Cremoux, Op. cit., p. 184.

bra, ya que están en horarios A y AA.

Como se observa Imevisión no tiene entradas significativas en materia de publicidad, y mucha o casi toda su producción está subsidiada. Esta situación podría utilizarse para abrir espacios temáticos y crear formas culturales alternativas para televisión, pero no sucede así.

Para los programas musicales el resultado final se traduce en descuido y poca difusión en la producción; la música no es de los temas fuertes dentro de los intereses gubernamentales, y la música que transmite Imevisión tampoco resulta atractiva comercialmente para los empresarios que compran tiempos a la televisión pública.

#### 3.3.4. Tiempos en los programas de IMEVISION

La distribución del tiempo en los programas musicales que se analizaron en Imevisión resulta interesante en tanto que redondea el tema en estudio.

Algunas ideas se han desarrollado en este sentido al señalar la cuestión de la publicidad, pero quedarán más claras cuando se indiquen tiempos concretos.

En este apartado nuevamente se analizan juntos Para Bajitos y Lo mejor de música y algo más, ya que manejan una distribución de tiempos similar, y permiten presentar un panorama más acabado en relación al peso que tiene la música en la televisión pública.

En el caso de la música se puede señalar que en Lo mejor de música y algo más el tiempo promedio fue de 25 minutos por programa, que representa el 47% del tiempo total de la emisión; mientras que en Para Bajitos el tiempo musical promedio fue de 21 minutos que equivale al 31% del tiempo total, que siempre excedió los 57 minutos.

Como se observa la tendencia en cuanto al tiempo musical es mayor a la tercera parte del tiempo de los programas.

La organización del tiempo para los comentarios quedó de la siguiente manera: en Para Bajitos el promedio fue de 46 minutos que representaron el 67% del tiempo total; y en Lo mejor de música y algo más el promedio fue de 23 minutos que equivalen al 42% del tiempo total. En este punto del análisis queda claro que la tendencia en cuanto al tiempo de comentarios es superior al 39%, este porcentaje es mayor al promedio del que se destina a la música.

Una diferencia significativa entre el tiempo de comentarios y el de música es que mientras que en Lo mejor de música y algo más es mayor el tiempo de música que el de comentarios; en Para Bajitos la proporción se invierte.

Finalmente en cuanto al tiempo de anuncios comerciales los porcentajes son muy parecidos en ambos programas, y además representan muy poco tiempo. Así pues en Para Bajitos el tiempo promedio es de dos minutos que representan el 3% del tiempo total del programa, mientras que en Lo mejor de música y algo más el promedio es de seis minutos que equivalen al 11%



del tiempo total del programa. Resulta significativo observar que menos del 12% del tiempo se dedica a comerciales, fenómeno que se acentúa en el caso de Para Bajitos, programa del cual podría decirse que es de música y comentarios.

Estos datos redondean y puntualizan el manejo e importancia que tiene la música en los programas de este tipo en Imevisión, pero aún más allá, estos datos puntualizan el recorrido musical que a través de la televisión mexicana se ha realizado, desde los sesenta hasta nuestros días.

"Era un gran tiempo de híbridos,  
De salvajes y científicos,  
panzones que estaban físicos  
en la campechana mental.  
en la vil penetración cultural,  
en el aqandalle transnacional,  
en lo oportuno norteamericano-imperial,  
en el despiporre intelectual,  
en la vulgar falta de identidad".

(Fragmento de Tiempo de Híbridos  
de Rodrigo González)

PORCENTAJE DE TIEMPOS EN LOS PROGRAMAS MUSICALES EN IMEVISION Y TELEVISIA

	PARA BAJITOS	LO MEJOR DE MUSICA Y ALGO MAS	ESTRELLAS DE LOS OCHENTA	XETU	ALTA FRECUENC
MUSICA	31 %	47 %	37 %	38 %	47 %
COMENTARIOS	67 %	42 %	29 %	38 %	22 %
PUBLICIDAD	5 %	11 %	35 %	24 %	30 %
TOTAL	101 %	100 %	101 %	100 %	99 %

## IV Conclusiones

## CONCLUSIONES

"Monstruos transparentes  
salen de mi televisor  
me atacan por la calle  
y por mi radio receptor..."

Alquimia

(Fragmento de la canción  
"Monstruos Transparentes").

Y finalmente, ya no se está, sino que estamos, perdidamente enamorados de la música, pero eso sí, debidamente protegidos, alertas, de lo que se hace con ella actualmente en los medios; entusiasmados por todo lo que se puede proponer y modificar.

Acercarnos a la dinámica y formas en que se presenta el mensaje musical, en la televisión mexicana resultó por momentos una sorpresa, pues, si bien cuando somos espectadores alcanzamos a percibir ciertas constantes y ausencias; la envolvente forma televisiva estruja de tal forma a la música, que pasamos inadvertidamente detalles que quedan y permanecen como calcomanías adheridas a la mente.

Cuando se logra ordenar la madeja musical de la televisión, no podemos tolerar pasivamente el convivir con la música de difusión masiva, no podemos continuar en actitudes de "tercer plano", "fondeando" nuestras vidas como si no pasara nada.

Si sólo dependiera de nosotros como primera instancia, postularíamos al silencio como la música más revolucionaria del mundo moderno; abriríamos el abanico musical hasta rasgar las guitarras hindúes, los cantos orientales, el afro-beat, las melodías prehispánicas o étnicas, la fonocorporalidad; y todo esto lo comenzaríamos a difundir masivamente, en jardines de niños, primarias, secundarias y preparatorias.

Parafraseando una canción, podríamos pensar que "en toda la extensión de la palabra" televisión, en nuestra estrategia integraríamos un mensaje músico-imaginal generador de elementos sensitivos, creativos, imaginativos, al servicio del enriquecimiento y formación de niños y adolescentes.

Pero como sabemos, son el uso y abuso, que las empresas televisivas hacen del medio los que en realidad caracterizan el mensaje musical. La música se integra a la programación televisiva, como parte de una planeación de estructura de contenidos, lo mismo que las caricaturas o telenovelas, impactando y distorsionando la composición social de la música.

Por ello, la investigación estableció dos niveles, por un lado un análisis que va más allá de las particularidades de la televisión privada o pública en México, y por otro lado, la descripción de cada caso en concreto. Sin embargo en este doble intento, el primero es el que permitió el desarrollo de propuestas a cada organización televisiva en específico, como se verá más adelante.

Después de esta investigación queda muy clara la necesidad premiante de nuevos criterios y parámetros para la elección de la música destinada a niños y adolescentes.

Frente a la realidad de la música y medios no se trata de abstraerse de lo que es este mensaje y la televisión, ello sería una negación a nuestro vivir cotidiano, a nuestro momento y tampoco es cuestión de proponer la creación de un género musical que contraste con las influencias comerciales, ni tiene sentido gestar conductores que no convencen por su falta de contacto real con los gustos musicales de los jóvenes. Se trata pues, de partir de lo que se transmite y difunde para con ello construir y proponer cambios.

Continuar con los géneros, como se analizó, esquematiza e inmoviliza cualquier posibilidad de apertura artística, encajonan los ritmos y armonías, los instrumentos y estilos, en un círculo vicioso difícil de romper.

Por otra parte, la difusión de lo que podría llamarse música no comercial o alternativa plantea serios problemas, al querer convocar los gustos juveniles, los cuales están moldeados y dispuestos a escuchar "cierto" tipo de música; los

cambios no son fácilmente asimilables.

Sin embargo el panorama no es tan triste, ya que la televisión a pesar de todo ha permitido que la música, aún la comercial, tenga una concepción amplia, al integrarse con la imagen, aquello que anteriormente sólo se cantaba y escuchaba, hoy se baila, ilumina, viste y se observa esa expresión artística, lo cual le da una dinámica muy plástica a la música.

Los medios masivos de difusión al mismo tiempo van logrando que hasta los géneros más complejos sean vistos o escuchados (hasta por casualidad) por los grandes públicos, por los televidentes, poco a poco se pudiera esperar aquello que menciona Roberto V. Raschella: "... que ... la música culta deje de llamarse así para volver al pueblo".<sup>(1)</sup> Si bien esta cita se ubica en un momento y criterios diferentes al de este estudio, la necesidad de que los televidentes, radioescuchas y discocuchas puedan apropiarse de cualquier tipo de expresión musical es un fenómeno que puede asumir la televisión, y que aún sin proponérselo objetivamente lo va consiguiendo.

Así pues el meollo del asunto sería aprovechar lo que se ha ganado a través del binomio música-televisión, y desechar aquello que se ha desvirtuado o deformado. Un gran logro es contar con la atención de enormes sectores de niños y adolescentes pendientes de los nuevos números musicales, esto se debe retomar como un fenómeno significativo que promueven los medios

(1) B. Bartók, Escritos sobre música popular, p. 29.

de difusión masiva, asimismo debe ser una variable presente en los estudios de comunicación o investigaciones musicales.

Académicos, investigadores, músicos y productores tienen la oportunidad de comenzar a construir alternativas musicales que transformen la visión que se tiene de la música, el campo de investigación aún está muy virgen.

Es momento de implementar las herramientas para aprender a escuchar la música, así sea comercial o alternativa valorar las letras, los instrumentos, la voz, la armonía musical es un reto que se debe transmitir a las jóvenes generaciones.

También resulta muy interesante revalorar momentos históricos musicales de la televisión mexicana que pueden enriquecer las propuestas anteriores, ya que hubo momentos en que realmente se presentó una amplia gama de alternativas musicales. Se está hablando concretamente del momento previo a la creación de Televisa como tal, (1972), y la compra del canal 13 por parte del gobierno federal.

Antes de que se cedieran esos cambios en la propiedad de los canales de televisión, existía un grupo "heterogéneo" de concesionarios y un permisionario de este medio de difusión. Cada propietario permitió y promovió una diversidad de mensajes musicales para niños y adolescentes, que se tradujo en un abanico de opciones musicales cualitativamente sobresalientes; este momento es el único con estas características que se registra en la historia de la televisión mexicana.

Sin embargo aunque el momento musical que se describe anteriormente fue rico en cuanto a la cantidad de mensajes, en términos de calidad musical no fue tan relevante.

La música por televisión para niños y adolescentes a principios de los setenta era básicamente la música norteamericana y las traducciones al español de piezas exitosas de Estados Unidos, fenómeno que en la actualidad se ha transformado sensiblemente, ya que Televisa exporta música y cantantes a una buena parte de Latinoamérica.

Así pues aunque se siguen escuchando-viendo canciones en inglés, el monopolio de las canciones en español en toda su magnitud es de Televisa.

El tema tiene diferentes opciones de análisis y vertientes de investigación, por ello esta tesis se plantea tan sólo como un primer acercamiento, que me propongo seguir desarrollando.

#### 4.1. Mensajes finales

Con la inquietud musical viva y presente quedan esta especie de cartas que finalmente son propuestas a Televisa, Imevisión, y a Canal Once. Hay un mensaje especial para la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, el cual decidí poner al principio de la tesis; esto es lo menos que puedo hacer después de conocer la situación de los programas musicales para niños y adolescentes en México.

A cada sector al que me dirijo le planteo sugerencias viables a realizar, en función de sus mecánicas generales de operación y producción.

#### 4.2. Sugerencias a Televisa

La línea musical que para niños y adolescentes ha seguido esta empresa, desde su existencia ha dejado de lado algunos elementos que no sólo enriquecerían la percepción musical, sino que abrirían nuevos caminos en cuanto a la producción.

La historia de la música comercial en nuestro país se limita en ocasiones a cumplir burdamente con los fines estrictamente comerciales, por lo que los límites creativos o las posibilidades de experimentación se sujetan a fórmulas comercialmente probadas.

Tal vez los cambios más significativos en cuanto al binomio música-televisión en Televisa a partir de los años sesenta, están básicamente en la imagen, esto es, efectos tecnológicos novedosos, iluminación sofisticada, escenografías llamativas, nuevas formas de presentar a las estrellas del momento.

El problema continúa siendo el atraso en la experimentación y creación musical (no tecnológica), si bien se han integrado instrumentos electrónicos o se usan pistas musicales. Estos cambios no son exactamente avances en materia musical son mecanismos que facilitan la comercialización de la música, al envolver a los jóvenes en un "sentir contemporáneo" con instrumentos electrónicos, o bien un perfeccionamiento inhumano a

través de las pistas completas para que las "estrellitas" nunca se equivoquen, ni desafinen sólo tienen que preocuparse por la imagen.

El obstáculo más difícil de salvar es la herencia musical en esta organización televisiva, la conceptualización de la música que ha prevalecido por años, que está divorciada de una idea abierta, cambiante, dinámica y sintética de la música. Simplemente se crean fórmulas exitosas que se repiten una y otra vez. Y en este proceso no es justificable el argumento de que "es lo que quieren los jóvenes", ya que nunca se les han presentado otras alternativas.

En este sentido se proponen algunas modificaciones a las dinámicas musicales de Televisa que no sacrificarían sus intereses comerciales, pero si permitirían a niños y adolescentes tener una visión más real de lo que es la música:

- 1) Una primera idea es poder integrar alternativas musicales diferentes a las predominantes, esto es, presentar todas las modalidades del rock, difundir música juvenil europea, presentar otros géneros musicales (que no sean balada, rock o ranchero), dando a conocer dentro de su contexto la música que escuchaban y bailaban jóvenes de diferentes épocas.
- 2) El bombardeo intempestivo de música ametralla a cualquier espectador, por lo tanto se propone un ritmo más lento en la presentación de piezas musicales que permita digerir sus elementos. No es necesario saturar los programas, y sería

muy recomendable utilizar los silencios y las pausas.

- 3) El uso de pistas completas (voz y música) le resta sensibilidad a las canciones y coloca a los cantantes como muñecos de ventrílocuo. Por ello se propone que se supriman cualquier tipo de pistas o que mínimamente canten de verdad los cantantes, aunque sea con pista musical.
- 4) Si bien Televisa ha fragmentado maravillosamente todo el proceso musical, y resulta que hay letristas, instrumentistas, coreógrafos, etc. Lo menos que se puede pedir es que se hable de ellos, se difunda su obra. Asimismo se proponen explicaciones sobre los recursos técnico-musicales que se manejan.

Esta posibilidad de conocer el mecanismo de la música, dentro de sus términos comerciales, es un tema que interesa a muchos jóvenes.

- 5) Una imagen (aún comercial) más humana de los cantantes, en donde se equivoquen, se ríen, puedan hablar de otros temas diferentes a ropa, sexo, carros o actividades artísticas, permitirían valorar en mayor medida su esfuerzo e interés musical. Estos elementos crearían nuevas perspectivas de lo que es el trabajo del cantante, de su autonomía y profesionalismo (si lo hay), definitivamente la imagen de estrellitas de luz artificial, no favorece a la empresa, ni a sus artistas, ni a los jóvenes auditores.

- 6) La comercialización de los espacios televisivos podría ser replanteada, pues como ya se puntualizó existe un abuso indiscriminado de la publicidad, en los intercortes dentro de cada programa. La propuesta en este sentido es dosificar y redistribuir los tiempos publicitarios ampliándolos en los cortes, entre programa y programa, y disminuirlos, durante las emisiones.

Y aunque finalmente estas son propuestas existen planteamientos mucho más profundos y completos, ya que desde luego que el interés, inquietud y preocupación por la música para niños y adolescentes va mucho más allá de seis propuestas. Transformar la actitud de los jóvenes escuchas de música a través de la televisión, es un reto presente y duradero.

#### 4.3. Proyecto de una serie televisiva (sugerencia a Imevisión y SEP)

La carta a la televisión pública tuvo la oportunidad de nacer en forma de un proyecto de serie televisiva.

En este proyecto trabajamos académicos de la música, musicalizadores, músicos e investigadores. Independientemente de los resultados del proyecto, la idea concentra las propuestas que a Imevisión y Canal Once se les pretendían hacer llegar.

El proyecto (como sucedió con las propuestas a Televisa) parte de la situación y contexto en que se desenvuelven la televisión pública en nuestro país.

A continuación se presenta el proyecto tal y como quedó redactado finalmente:

## PROYECTO PARA SERIE DE TELEVISION

TITULO: ¿QUE ROLLO CON LAS ROLAS?

### INTRODUCCION:

En la actualidad el fenómeno de la música por televisión para niños-adolescentes, esto es, para los estudiantes de educación primaria y educación media, se ha centralizado en la difusión que realiza la televisión privada.

A los niños-adolescentes se les ofrece una innumerable cantidad de mercancías musicales a consumir, pero no se les brindan criterios musicales ni elementos de sensibilización artística. Por lo que los jóvenes teleauditorios no cuentan con la capacidad de elegir o valorar los mensajes musicales que reciben.

Por otra parte IMEVISION en sus transmisiones musicales se dirige a niños demasiado pequeños como sucede en Para Bajitos, o bien a jóvenes postadolescentes de los que se supone una cultura musical mínima como pasa en Historia de un cantar o Nostalgia, entre otros.

Sin embargo los estudiantes de primaria y secundaria no tienen un espacio musical en la programación de IMEVISION, por lo tanto el único mensaje musical ajeno al comercial que reciben, son sus clases de música en las escuelas, las cuales no son una alternativa real, ya que frente a las cuatro horas semanales de clase, están las doce horas semanales de los programas musicales para niños-adolescentes, de Televisa.

Ante esta perspectiva, un grupo de académicos, investigadores de la música, músicos y musicalizadores planteamos como una necesidad insoslayable el ofrecer a las nuevas generaciones una visión alternativa, enriquecida y formativa de lo que les gusta ver, oír y bailar; para ello proponemos la serie: ¿QUE ROLLO CON LAS ROLAS?

Desde el título del proyecto planteamos un acercamiento con el lenguaje común de los jóvenes, además de que la palabra, "rola" tiene una amplia concepción musical, ya que hace referencia tanto a canciones como a piezas instrumentales.

### OBJETIVOS:

Nuestro proyecto plantea los siguientes objetivos:

- I. Proporcionar a los niños-adolescentes una serie televisiva amena, dinámica e interesante, que logre captar su atención.



11. Introducir elementos teórico-musicales de manera ágil y variada, que brinden una visión sensibilizadora de lo que es la música.

111. Presentar una visión sintética de los procesos de la música, como son la composición, instrumentación e interpretación.

3.1. Respetar el lugar de la música y los silencios como integrantes fundamentales de los programas.

3.2. Familiarizar a los jóvenes auditores con los problemas y experiencias que los músicos tienen en su vida cotidiana, en relación a la música.

3.3. Utilizar el rock como hilo conductor de la serie, pero al mismo tiempo introducir otros géneros, así como música de diferentes épocas y regiones.

3.4. Difundir en cada programa parte de la obra musical de un grupo o cantante juvenil nacional.

AUDITORIO: Niños y adolescentes de 7 a 14 años aproximadamente.

ESCOLARIDAD: Primaria y secundaria.

FRECUENCIA: Semanal.

DURACION: 27 minutos.

#### HORARIO:

Según los ratings de INRA, que son el porcentaje de personas con acceso a la televisión que la vieron, los horarios con mayor auditorio de ocho a diecisiete años en IMEVISSON son los siguientes:

CANAL 7	CANAL 13
Viernes	Viernes
19:00 - 19:30	19:30 - 20:00
Sábado	19:00 - 19:30
17:00 - 20:00	Sábado
	17:00 - 17:30
	18:30 - 19:00

NUMERO DE PROGRAMAS: 12

TITULO Y DESCRIPCION DE CADA PROGRAMA:

1) ¿QUE ROLLO CON LAS ROLAS?

En este programa se hará la presentación de la serie, se darán a conocer los temas que se abordarán, así como la estructura y ritmo de la serie.

2) ¿QUE ROLLO CON LAS LETRAS?

Se hablará de la letra de las canciones analizando el contenido y mensaje de las mismas.

3) ¿QUE ROLLO CON LOS INSTRUMENTOS?

En este programa se mostrará la aportación de instrumentos mexicanos al rock, tal y como lo han hecho Antonio Cepeda, Jorge Reyes, el Grupo Tribu y Luis Pérez, entre otros.

4) ¿QUE ROLLO CON LA COMPOSICION DE LAS ROLAS?

En este programa se comentarán algunos de los elementos creativos que motivan a los músicos a componer una pieza musical o canción.

5) ¿QUE ROLLO CUANDO UN GRUPO QUIERE GRABAR UN DISCO?

En este caso se presentarán las diferentes posibilidades que tienen los grupos musicales no comerciales y los comerciales para grabar un disco o cassette.

6) ¿QUE ROLLO CON LA GRABACION DE UN DISCO?

Para este programa se hará una descripción del proceso de grabación en estudio: Pista, canales, mezcla, etc.

7) ¿QUE ROLLO CON LOS CANTANTES?

Aquí se mostrarán algunas características del proceso de integración de los cantantes a un grupo.

8) ¿QUE ROLLO CON LA DIFUSION?

Este programa pretenderá mostrar las diferentes posibilidades de difusión que tiene un grupo o artista que gra-

ba en una disquera y aparece habitualmente por televisión. Así como las posibilidades de difusión de un grupo no comercial.

9) ¿QUE ROLLO CON LAS CIAVAS?

En este programa se hablará de las mujeres que participan en conjuntos, ya sea como cantantes o instrumentistas, presentando de manera especial a los grupos femeninos.

10) ¿QUE ROLLO CON LOS TPAPOS?

Aquí se presentará la diversidad e importancia de la indumentaria que usan los integrantes de los conjuntos musicales.

11) ¿QUE ROLLO CON LAS ROLAS CON CHISTE?

En este programa se rescatará y revalorará el humorismo en la canción, como un fenómeno creativo que estrecha la relación entre los músicos y el público.

12) ¿QUE ROLLO CON LA EDUCACION MUSICAL?

En este programa se mostrarán las posibilidades que los Centros de Enseñanza Musical les brinda a niños y adolescentes en México.

## ESTRUCTURA DE LOS PROGRAMAS:

Estructura de contenido:	Continuidad Temática	Conductores a cuadro	cal diferente al del primer número.
Entrada Institucional	Collage de imágenes alusivas a la música, niños y adolescentes, <u>en silencio</u> . El título del programa aparece sobre las imágenes.	Testimonio del grupo musical que se presente	Hacen énfasis en la vinculación imagen música como algo conjunto, en función del tema del programa.  Este testimonio narrará una anécdota de los músicos en relación al tema del programa.
Presentación de conductores a cuadro	Los conductores serán 2, un hombre y una mujer adolescentes, que serán diferentes cada programa. Ellos introducirán el programa.	Número musical (3)	Nuevamente se presenta el grupo o cantante del primer número musical. Se buscará que la pieza tenga características musicales diferentes a la primera.
Número musical (1)	Presentación de un grupo o cantante grabado en estudio, que a través de su música enfatizará el tema del programa.	Testimonio de un especialista	Según el tema del programa un especialista diferente para cada emisión, dará una breve opinión.
Conductores a cuadro	Los conductores con un lenguaje coloquial vincularán el tema del programa con la música que se escuchó, e introducirán de manera estratégica los elementos teórico-musicales.	Número musical (4)	Con características diferentes a las piezas musicales se presentará nuevamente al grupo o cantante de ese programa.
Número musical (2)	Aquí se buscará la integración de la música con las imágenes. Se visualizará una canción grabada, pero manejando un género musical	Salida Institucional	Se manejará la misma idea que en la entrada.

## CONCLUSIONES

Las carencias en materia musical de los niños y adolescentes con muchas; este proyecto pretende ser un primer paso en el intento de conformar una nueva visión de la música para los jóvenes auditorios.

En este esfuerzo se conjugan, además de muchos deseos de trabajar, las inquietudes de sectores interdisciplinarios e interinstitucionales preocupados por darle a la música la importancia y respeto que se merece.

Asimismo se plantea como una alternativa fresca y enriquecedora para la televisión, el trabajo en equipo por áreas de estudio, ya que como nosotros, otros equipos desarrollan diferentes temas y sólo esperan una oportunidad para darlos a conocer.

Para finalizar deseamos señalar que nuestros estudios y análisis han llevado a revalorar la trascendencia del binomio música televisión. Creemos que el apoyo y participación en la televisión son mucho más productivos que la crítica.

## V Anexos

## MONITOREOS

A continuación se presentan los monitoreos que se realizaron a las series:

- Estrellas de los ochenta
- XETU
- Alta Frecuencia
- Lo mejor de música y algo más
- Para Bajitos

En estos monitoreos se aplicaron diversas categorías, según los objetivos de la investigación. Antes de los monitoreos se presentan las fichas de identificación de cada programa que contienen: Horario, programas de antes y después, slogan.

Para el monitoreo se utilizaron tres categorías:

Tiempo: El cual está indicado arriba de cada corte de comentarios, música o anuncios. Cada mención del tiempo señala el corte entre los mensajes. Además se incluyen tiempos totales de comentarios, música y anuncios.

Música: Los datos referentes a la música están colocados en la columna intermedia, y contienen:

- T: Tiempo de duración del mensaje musical
- Ti: Título de las canciones

C: Intérprete o cantante

A: Autor de la letra

I: Instrumentación, pistas o tipo de instrumentos utilizados

L: Letra, en este caso se especificaba si era español o inglés. Salvo en el caso de los programas de Invisión, en los cuales dadas sus características particulares se hacían especificaciones más detalladas en torno al contenido de las letras.

Comentarios: En esta parte del monitoreo se señalan los puntos más sobresalientes de la participación de los conductores en los programas. Asimismo se indica el tiempo parcial de cada una de sus participaciones en una sola emisión y el tiempo total.

Anuncios o Comerciales: Para esta categoría nuevamente se mencionan los tiempos en programa de cada bloque de anuncios. Y además el tipo de anuncio, mencionándose la marca o en su defecto el producto.

Hay otra columna que es la de Análisis de Video que describe las características más sobresalientes de las imágenes que se construyeron. Esto es, desde tipo de temas, efectos, iluminación, correspondencia audio-video, etc.

ESTRELLAS DE LOS OCHENTA

Horario: 16:30-18:00 hrs.

Canal: 2

Periodicidad: semanal (sábados)

Programas entre los que se ubica:

60 Minutos y Reportaje

Logotipo: si tiene

Slogan: La plataforma juvenil de México

Conductores: Gloria Calzada y Marcos Valdés

Producción: Raúl Velasco

Presentación de la música: Videoclips y pistas musicales completas con intérpretes en vivo

Estructura general del programa:

Música - conductores - comercial - conductores - música o sección - comercial.

PROGRAMA: ESTRELLAS DE LOS OCHENTA

EMISION: S 140686

COMENTARIOS

T: 1' 33"

Entrada Institucional

T: 1'

Los conductores anuncian a su elenco como de "sensacional": Chayan; una "hermosa chica" Sonia Rivas, Y a Omar que se enfrenta a Antonio en desbanca a la estrella. Saludan a "todo" Estados Unidos.

T: 1' 36"

Gloria Calzada anuncia que los videorocks de este sábado son: "El pájaro Loco", y comenta que Baltimore le canta a las hispanicistas en este video. Y el otro video es el de "Las chicas se divierten", con un gran equipo de producción. La conductora invita a que el público hable y escoja su favorito, asimismo a que discutan a la estrella escondida.

Marcos Valdés dice que también se trata de brindar información y comenta que Brasil es el equipo más goleador de los campeonatos mundiales y que México lleva 2T goles en total.

El conductor presenta el primer invitado: Chayan.

MUSICA

T: 1' 39"

Ti: Entrada (No Institucional)

C:

A:

I: Electrónica cinta

L: Inglés

T: 3' 01"

Ti: Sangre Latina

C: Chayan

A: Honorio Herrera

I: Pista completa

L: Español

T: 3'

Ti: Lloré por tí

C: Sonia Rivas

I: Pista completa

L: Español

T: 2' 35"

Ti: No puede ser

C: Chania Ríos

I: Pista musical

L: Español

COMERCIALES

T: 1' 34"

Mirínela, Hnos. Vázquez, Videocentro, Disco Poster de Marisela.

T: 2' 27"

Helado Holanda, Novedades, Película Parchis, Programa del mundial, Programa especial de Julio Iglesias.

T: 1' 53"

Valores Ricardí, Pelican.

T: 1' 49"

Sabritas, Hnos. Vázquez, Juego Triviagol, Película del 2.

T: 1' 44"

Valores Juveniles, Tesoros del mundial, Obra teatral: Show de terror de Rocky.

T: 2' 16"

Shampoo Daniela Romo, Paquete de Katy la Oruga.

ANALISIS VIDEO

Iluminación con luces fijas en techo, en el suelo intermitentes.

Se forman figuras con series de focos.

Como parte de los efectos visuales se usa una especie de hielo seco.

Las imágenes de apoyo que se utilizaron fueron sobre algunos artistas, sobre el ciclista Youshiratz en su casa.

Un video en español, dos en inglés.

En la sección de Revistas de artistas imágenes para cada noticia.



PROGRAMA: ESTRELLAS DE LOS OCHENTA

EMISION: S 140686

COMENTARIOS

T: 26"

Los conductores dan las primeras pistas para reconocer a la estrella, comentando que es un joven "cantautor". Y presentan a Sonia Rivas como "una gran voz".

T: 10' 12"

Marco agradece la cantidad de cartas que han recibido y presenta la Agenda de las Estrellas, en donde estará invitado el ciclista Youshimatz quien habla de su deporte, lleva una playera del DDF, y dice que los jóvenes debemos luchar para que nuestro país salga adelante: "Hay que ayudar a drogadictos y alcohólicos".

T: 1'

En la sección Desbanca a la Estrella, los conductores explican que se trata de un concurso de dos hombres y dos mujeres, que cantan y son juzgados por jueces partícipes del programa. Los cantantes que duren cinco programas seguidos se vuelven exclusivos de Estrellas de los 80.

Marco presenta el duelo femenino y dice que la chica que concursó hoy, salió de Valores Juveniles, se llama Chania.

MUSICA

T: 2' 57"

Ti: Todo comenzó  
C: Viridiana  
I: Pista musical  
L: Español

T: 2' 54"

Ti: Sale barato el amor  
C: Omar  
A: Omar  
I: Pista musical  
L: Español

T: 2' 32"

Ti: Tan sólo por tí  
C: José Antonio  
I: Pista musical  
L: Español

T: 3' 29"

Ti: Cuando estemos juntos  
C: Jonhy y Tatiana  
I: Videoclip  
L: Español

T: 2' 50"

Ti: No te pierdo, nunca te  
tuve  
C: Gibran  
I: Pista musical  
L: Español

COMERCIALES

T:

Exposición del museo Tamayo,  
Videovisa, Siempre en Dom  
go.

T: 2'

Cockteles Bacardí, Hnos.  
Vázquez, Pepsi.

T: 2' 10"

Pepsi, Novedades, Apoyo a  
la selección de futbol,  
Identificación de canal.

T: 1' 46"

Bacardí, Disco de Baltimore,  
Película del 2.

T: 1' 53"

Hnos. Vázquez, Boletos del  
mundial, Juguetes mágicos,  
Programa Qué nos pasa.

T: 2'

Dirección infantil de Tele-  
visa, Sanborns.

PROGRAMA: ESTRELLAS DE LOS OCHENTA

EMISION: S 140686

COMENTARIOS

T: 15"

El conductor presenta en su tercer sábado consecutivo a Viridiana.

T: 8"

Gloria anuncia en su tercera semana a José Antonio y como nuevo concursante a Omar.

T: 1' 43"

Los conductores piden a los jueces sus votaciones, presentando antes al jurado compuesto por estudiantes de: La Salle, La Vocacional 6, El Tecnológico, una Escuela Comercial, y el colegio Simón Bolívar.

Al votar el jurado ganan Viridiana y José Antonio.

T: 2'

Se presenta el espacio Pepsi de los clubes por televisión, que se llama Círculo Pepsi, los conductores de esta sección agradecen a los clubes que mandan corcholatas con el nombre de su artista, para formar la lista de popularidad, ya que cada corcholata, explican, es un voto para el artista preferido que al fi-

MUSICA

T: 3' 05"

Ti: Vuelve

C: Chayan

I: Pista musical

L: Español

A: Luis G. Escolar

T: 4' 02"

Ti: Boggie del Pájaro Loco

C: Baltimore

I: Videoclip

L: Inglés

TIEMPO TOTAL: 32' 07"

PROGRAMA: ESTRELLAS DE LOS OCHENTA

EMISION: S 140686

COMENTARIOS

nal del mes platicará y cantará en el programa.

La conductora da a conocer los resultados de la semana: 1) Menudo, 2) Chayan, 3) Rocío Banquells, 4) Lucerito.

Y señalan que el video de la sección, en la semana es el de Johny y Tatiana, "Cuando estemos juntos".

T: 1' 52"

Antes de despedir la sección los conductores comentan que con el video dan ganas de bailar, que se trata de una canción con gran mensaje para las jóvenes parejas. Indican que los artistas del video realizan una labor de paternidad responsable.

T: 3' 23"

Gloria Calzada dice que "nos estamos divirtiendo mucho en el programa" y muestra unas imágenes de los videorocks. Y presenta la sección de Revista de las Estrellas donde "nos enteramos que sucede con las estrellas".

PROGRAMA: ESTRELLAS DE LOS OCHENTA

EMISION: S 140686

### COMENTARIOS

En esta sección se recomiendan:  
Película: El honor de la familia Prizzi  
Libro: El loco, de Jalil Gibrán  
Canción: Cada vez que te acercas  
Evento: 2a. Etapa del Mundial  
Cumpleaños: Paty Chapoy, Sasha Montenegro y Paulina de Timbiriche  
Noticia: Ya hay semifinalistas en Valores Juveniles  
Moda: Utilizar ropa vieja  
Expresión: "No hay" de Qué nos pasa

T: 23"

Marcos Valdés da más pistas para reconocer a la estrella.

T: 13"

Se anuncia como videorock ganador el de Baltimora.

T: 1'

La estrella escondida fue Antonio de Jesús, se despiden los conductores y comentan que su mejor deseo es que los teledividentes se la pasen cada vez mejor.

TIEMPO TOTAL: 26' 36"

PROGRAMA: ESTRELLAS DE LOS OCHENTA

EMISION: S 020886

COMENTARIOS

T: 2' 50"

Entrada Institucional

Los conductores saludan y señalan que los televidentes son bienvenidos a la plataforma juvenil de México. Saludan a los televidentes de Galavisión y anuncian su elenco: Menudo, Cristal, Lucía Méndez y Tatiana. Sale el ballet de Milton Gio.

T: 2' 42"

Gloria comenta que habrá dos videorocks sensacionales: "Viena calling" con Falco: y "Your love" con Outfield. Además invita a los telespectadores a reconocer a la estrella escondida, y presenta fotos de cuando era bebé, la estrella.

T: 1'

Marcos Valdés dice que Tatiana regaló una prenda para los que sepan cuándo y dónde nació, así como el nombre de su primer programa.

T: 45"

Marcos Valdés, anuncia la sección de Desbanca a tu estrella, explicando el procedimiento del concurso, añadiendo que

MUSICA

T: 1' 04"

Ti:

C:

I: Cinta

L: Inglés

B: Baila el ballet de Milton Gio

T: 2' 31"

Ti: Viva-Bravo

C: Menudo

I: Pista completa

L; Español

T: 2' 12"

Ti: Lágrimas

C: Cristal

A: Edene Pastor

I: Pista musical

L: Español

T: 2' 53"

Ti: Castillo de Hielo

C: Anita Hopman

I: Pista musical

L: Inglés

COMERCIALES

T: 2' 12"

Valores Juveniles, Gentile, Fanta, Hnos. Vázquez, Televisine.

T: 2' 04"

Finales de Valores Juveniles, Scribe, Marinela, Pelfula Fiebre de Amor, Festival Idolos del futuro.

T: 1' 56"

Finales de Valores Juveniles, Hnos. Vázquez, Aga, Monedas Mundial, Disco de Pablo Milanés.

T: 2' 13"

Cockteles Bacardí, Barbie, Burguer boy, Finales de Valores Juveniles.

T: 1' 56"

Cockteles Bacardí, Disco Maquinaria, Programa: ¿Qué nos pasa?

ANALISIS VIDEO

Iluminación en forma de estrella con luz rosa alrededor. Juegos de luces intermitentes. El nombre de Menudo con focos de colores.

Las imágenes predominantes son los planos generales.

Las imágenes de apoyo fueron los fragmentos de video rocks. Unas imágenes de juegos electrónicos.

Y un videoclip en español.

3) ¿QUE ROLLO CON LOS INSTRUMENTOS?

En este programa se mostrará la aportación de instrumentos mexicanos al rock, tal y como lo han hecho Antonio Cepeda, Jorge Reyes, el Grupo Tribu y Luis Pérez, entre otros.

4) ¿QUE ROLLO CON LA COMPOSICION DE LAS ROLAS?

En este programa se comentarán algunos de los elementos creativos que motivan a los músicos a componer una pieza musical o canción.

5) ¿QUE ROLLO CUANDO UN GRUPO QUIERE GRABAR UN DISCO?

En este caso se presentarán las diferentes posibilidades que tienen los grupos musicales no comerciales y los comerciales para grabar un disco o cassette.

6) ¿QUE ROLLO CON LA GRABACION DE UN DISCO?

Para este programa se hará una descripción del proceso de grabación en estudio: Pista, canales, mezcla, etc.

7) ¿QUE ROLLO CON LOS CANTANTES?

Aquí se mostrarán algunas características del proceso de integración de los cantantes a un grupo.

8) ¿QUE ROLLO CON LA DIFUSION?

Este programa pretenderá mostrar las diferentes posibilidades de difusión que tiene un grupo o artista que gra-

ba en una disquera y aparece habitualmente por televisión. Así como las posibilidades de difusión de un grupo no comercial.

9) ¿QUE ROLLO CON LAS CHAVAS?

En este programa se hablará de las mujeres que participan en conjuntos, ya sea como cantantes o instrumentistas, presentando de manera especial a los grupos femeninos.

10) ¿QUE ROLLO CON LOS TROPOS?

Aquí se presentará la diversidad e importancia de la indumentaria que usan los integrantes de los conjuntos musicales.

11) ¿QUE ROLLO CON LAS ROLAS CON CHISTE?

En este programa se rescatará y revalorará el humorismo en la canción, como un fenómeno creativo que estrecha la relación entre los músicos y el público.

12) ¿QUE ROLLO CON LA EDUCACION MUSICAL?

En este programa se mostrarán las posibilidades que los Centros de Enseñanza Musical les brinda a niños y adolescentes en México.

## ESTRUCTURA DE LOS PROGRAMAS:

Estructura de contenido:

Continuidad Temática

Conductores a cuadro

cal diferente al del primer número.

Entrada Institucional

Collage de imágenes alusivas a la música, niños y adolescentes, en silencio. El título del programa aparece sobre las imágenes.

Testimonio del grupo musical que se presente

Hacen énfasis en la vinculación imagen música como algo conjunto, en función del tema del programa.

Este testimonio narrará una anécdota de los músicos en relación al tema del programa.

Presentación de conductores a cuadro

Los conductores serán 2, un hombre y una mujer adolescentes, que serán diferentes cada programa. Ellos introducirán el programa.

Número musical (3)

Nuevamente se presenta el grupo o cantante del primer número musical. Se buscará que la pieza tenga características musicales diferentes a la primera.

Número musical (1)

Presentación de un grupo o cantante grabado en estudio, que a través de su música enfatizará el tema del programa.

Testimonio de un especialista

Según el tema del programa un especialista diferente para cada emisión, dará una breve opinión.

Conductores a cuadro

Los conductores con un lenguaje coloquial vincularán el tema del programa con la música que se escuchó, e introducirán de manera estratégica los elementos teórico-musicales.

Número musical (4)

Con características diferentes a las piezas musicales se presentará nuevamente al grupo o cantante de ese programa.

Número musical (2)

Aquí se buscará la integración de la música con las imágenes. Se visualizará una canción grabada, pero manejando un género musi-

Salida Institucional

Se manejará la misma idea que en la entrada.

## CONCLUSIONES

Las carencias en materia musical de los niños y adolescentes con muchas; este proyecto pretende ser un primer paso en el intento de conformar una nueva visión de la música para los jóvenes auditorios.

En este esfuerzo se conjugan, además de muchos deseos de trabajar, las inquietudes de sectores interdisciplinarios e interinstitucionales preocupados por darle a la música la importancia y respeto que se merece.

Asimismo se plantea como una alternativa fresca y enriquecedora para la televisión, el trabajo en equipo por áreas de estudio, ya que como nosotros, otros equipos desarrollan diferentes temas y sólo esperan una oportunidad para darlos a conocer.

Para finalizar deseamos señalar que nuestros estudios y análisis han llevado a revalorar la trascendencia del bi nomio música televisión. Creemos que el apoyo y participación en la televisión son mucho más productivos que la crítica.

## V Anexos



## MONITOREOS

A continuación se presentan los monitoreos que se realizaron a las series:

- Estrellas de los ochenta
- XETU
- Alta Frecuencia
- Lo mejor de música y algo más
- Para Bajitos

En estos monitoreos se aplicaron diversas categorías, según los objetivos de la investigación. Antes de los monitoreos se presentan las fichas de identificación de cada programa que contienen: Horario, programas de antes y después, slogan.

Para el monitoreo se utilizaron tres categorías:

Tiempo: El cual está indicado arriba de cada corte de comentarios, música o anuncios. Cada mención del tiempo señala el corte entre los mensajes. Además se incluyen tiempos totales de comentarios, música y anuncios.

Música: Los datos referentes a la música están colocados en la columna intermedia, y contienen:

T: Tiempo de duración del mensaje musical.

Ti: Título de las canciones

C: Intérprete o cantante

A: Autor de la letra

I: Instrumentación, pistas o tipo de instrumentos utilizados

L: Letra, en este caso se especificaba si era español o inglés. Salvo en el caso de los programas de Inevisión, en los cuales dadas sus características particulares se hacían especificaciones más detalladas en torno al contenido de las letras.

Comentarios: En esta parte del monitoreo se señalan los puntos más sobresalientes de la participación de los conductores en los programas. Asimismo se indica el tiempo parcial de cada una de sus participaciones en una sola emisión y el tiempo total.

Anuncios o Comerciales: Para esta categoría nuevamente se mencionan los tiempos en programa de cada bloque de anuncios. Y además el tipo de anuncio, mencionándose la marca o en su defecto el producto.

Hay otra columna que es la de Análisis de Video que describe las características más sobresalientes de las imágenes que se construyeron. Esto es, desde tipo de temas, efectos, iluminación, correspondencia audio-video, etc.

ESTRELLAS DE LOS OCHENTA

Horario: 16:30-18:00 hrs.

Canal: 2

Periodicidad: semanal (sábados)

Programas entre los que se ubica:

60 Minutos y Reportaje

Logotipo: si tiene

Slogan: La plataforma juvenil de México

Conductores: Gloria Calzada y Marcos Valdés

Producción: Raúl Velasco

Presentación de la música: Videoclips y pistas musicales completas con intérpretes en vivo

Estructura general del programa:

Música - conductores - comercial - conductores - música o sección - comercial.

PROGRAMA: ESTRELLAS DE LOS OCHENTA  
EMISION: S 140686

COMENTARIOS

T: 1' 33"  
Entrada Institucional

T: 1'  
Los conductores anuncian a su elenco como de "sensacional": Chayan; una "hermosa chica" Sonia Rivas, Y a Omar que se enfrenta a Antonio en desbanca a la estrella. Saludan a "todo" Estados Unidos.

T: 1' 36"  
Gloria Calzada anuncia que los videorocks de este sábado son: "El pájaro Loco", y comenta que Baltimore le canta a las hispanorietas en este video. Y el otro video es el de "Las chicas se divierten", con un gran equipo de producción. La conductora invita a que el público hable y escoja su favorito, asimismo a que descubran a la estrella escondida. Marcos Valdés dice que también se trata de brindar información y comenta que Brasil es el equipo más goleador de los campeonatos mundiales y que México lleva 21 goles en total. El conductor presenta el primer invitado: Chayan.

MUSICA

T: 1' 39"  
T: Entrada (No Institucional)  
C:  
A:  
I: Electrónica cinta  
L: Inglés

T: 3' 01"  
Ti: Sangre Latina  
C: Chayan  
A: Honorio Herrera  
I: Pista completa  
L: Español

T: 3'  
Ti: Lloré por tí  
C: Sonia Rivas  
I: Pista completa  
L: Español

T: 2' 35"  
Ti: No puede ser  
C: Chania Ríos  
I: Pista musical  
L: Español

COMERCIALES

T: 1' 34"  
Marinela, Inhos. Vázquez, Videocentro, Disco Poster de Marisela.

T: 2' 27"  
Helado Holanda, Novedades, Película Parchis, Programa del mundial, Programa especial de Julio Iglesias.

T: 1' 53"  
Valores Rocardí, Pelican.

T: 1' 49"  
Sabritas, Inhos; Vázquez, Juego Triviagol, Película del 2.

T: 1' 44"  
Valores Juveniles, Tesoros del mundial, Obra teatral: Show de terror de Rocky.

T: 2' 16"  
Shampoo Daniela Romo, Paquete de Katy la Oruga.

ANALISIS VIDEO

Iluminación con luces fijas en techo, en el suelo intermitentes. Se forman figuras con series de focos.

Como parte de los efectos visuales se usa una especie de hielo seco.

Las imágenes de apoyo que se utilizaron fueron sobre algunos artistas, sobre el ciclista Youshirwitz en su casa. Un video en español, dos en inglés. En la sección de Revistas de artistas imágenes para cada noticia.

PROGRAMA: ESTRELLAS DE LOS OCHENTA

EMISION: S 140686

COMENTARIOS

T: 26"

Los conductores dan las primeras pistas para reconocer a la estrella, comentando que es un joven "cantautor". Y presentan a Sonia Rivas como "una gran voz".

T: 10' 12"

Marco agradece la cantidad de cartas que han recibido y presenta la Agenda de las Estrellas, en donde estará invitado el ciclista Youshimatz quien habla de su deporte, lleva una playera del DDF, y dice que los jóvenes debemos luchar para que nuestro país salga adelante: "Hay que ayudar a drogadictos y alcohólicos".

T: 1'

En la sección Desbanca a la Estrella, los conductores explican que se trata de un concurso de dos hombres y dos mujeres, que cantan y son juzgados por jueces participantes del programa. Los cantantes que duren cinco programas seguidos se vuelven exclusivos de Estrellas de los 80.

Marco presenta el duelo femenino y dice que la chica que concursó hoy, salió de Valores Juveniles, se llama Chania.

MUSICA

T: 2' 57"

Ti: Todo comenzó  
C: Viridiana  
I: Pista musical  
L: Español

T: 2' 54"

Ti: Sale barato el amor  
C: Omar  
A: Omar  
I: Pista musical  
L: Español

T: 2' 32"

Ti: Tan sólo por tí  
C: José Antonio  
I: Pista musical  
L: Español

T: 3' 29"

Ti: Cuando estemos juntos  
C: Jonhy y Tatiana  
I: Videoclip  
L: Español

T: 2' 50"

Ti: No te pierdo, nunca te  
tuve  
C: Gibran  
I: Pista musical  
L: Español

COMERCIALES

T:

Exposición del museo Tamayo, Videovisa, Siempre en Domin<sup>go</sup>.

T: 2'

Cockteles Bacardí, Hnos. Vázquez, Pepsi.

T: 2' 10"

Pepsi, Novedades, Apoyo a la selección de fútbol, Identificación de canal.

T: 1' 46"

Bacardí, Disco de Baltimore, Película del 2.

T: 1' 53"

Hnos. Vázquez, Boletos del mundial, Juguetes mágicos, Programa Qué nos pasa.

T: 2'

Dirección infantil de Televisa, Sanborns.

PROGRAMA: ESTRELLAS DE LOS OCHENTA

EMISION: S 140686

COMENTARIOS

T: 15"

El conductor presenta en su tercer sába do consecutivo a Viridiana.

T: 8"

Gloria anuncia en su tercera semana a José Antonio y como nuevo concursante a Omar.

T: 1' 43"

Los conductores piden a los jueces sus votaciones, presentando antes al jurado compuesto por estudiantes de: La Salle, La Vocacional 6, El Tecnológico, una Escuela Comercial, y el colegio Simón Bolívar.

Al votar el jurado ganan Viridiana y José Antonio.

T: 2'

Se presenta el espacio Pepsi de los clubes por televisión, que se llama Círculo Pepsi, los conductores de esta sección agradecen a los clubes que mandan corcholatas con el nombre de su artista, para formar la lista de popularidad, ya que cada corcholata, explican, es un voto para el artista preferido que al fi-

MUSICA

T: 3' 05"

Ti: Vuelve

C: Chayan

I: Pista musical

L: Español

A: Luis G. Escolar

T: 4' 02"

Ti: Boggie del Pájaro Loco

C: Baltimore

I: Videoclip

L: Inglés

TIEMPO TOTAL: 32' 07"

PROGRAMA: ESTRELLAS DE LOS OCHENTA

EMISION: S 140686

COMENTARIOS

nal del mes platicará y cantará en el programa.

La conductora da a conocer los resultados de la semana: 1) Menudo, 2) Chayan, 3) Rocío Banquells, 4) Lucerito.

Y señalan que el video de la sección, en la semana es el de Johny y Tatiana, "Cuando estemos juntos".

T: 1' 52"

Antes de despedir la sección los conductores comentan que con el video dan ganas de bailar, que se trata de una canción con gran mensaje para las jóvenes parejas. Indican que los artistas del video realizan una labor de paternidad responsable.

T: 3' 23"

Gloria Calzada dice que "nos estamos divirtiendo mucho en el programa" y muestra unas imágenes de los videorocks. Y presenta la sección de Revista de las Estrellas donde "nos enteramos que sucede con las estrellas".

PROGRAMA: ESTRELLAS DE LOS OCHENTA

EMISION: S 140686

### COMENTARIOS

En esta sección se recomiendan:

Película: El honor de la familia Prizzi

Libro: El loco, de Jalil Gibran

Canción: Cada vez que te acercas

Evento: 2a. Etapa del Mundial

Cumpleaños: Paty Chapoy, Sasha Montenegro y Paulina de Timbiriche

Noticia: Ya hay semifinalistas en Valores Juveniles

Moda: Utilizar ropa vieja

Expresión: "No hay" de Qué nos pasa

T: 23"

Marcos Valdés da más pistas para reconocer a la estrella.

T: 13"

Se anuncia como videorock ganador el de Baltimore.

T: 1'

La estrella escondida fue Antonio de Jesús, se despiden los conductores y comentan que su mejor deseo es que los televidentes se la pasen cada vez mejor.

TIEMPO TOTAL: 26' 36"

PROGRAMA: ESTRELLAS DE LOS OCHENTA

EMISION: S 020886

COMENTARIOS

T: 2' 50"

Entrada Institucional

Los conductores saludan y señalan que los televidentes son bienvenidos a la plataforma juvenil de México. Saludan a los televidentes de Galavisión y anuncian su elenco: Menudo, Cristal, Lucía Méndez y Tatiana. Sale el ballet de Milton Gio.

T: 2' 42"

Gloria comenta que habrá dos videorocks sensacionales: "Viena calling" con Falco: y "Your love" con Outfield. Además invita a los telespectadores a reconocer a la estrella escondida, y presenta fotos de cuando era bebé, la estrella.

T: 1'

Marcos Valdés dice que Tatiana regaló una prenda para los que sepan cuándo y dónde nació, así como el nombre de su primer programa.

T: 45"

Marcos Valdés, anuncia la sección de Desbanca a tu estrella, explicando el procedimiento del concurso, añadiendo que

MUSICA

T: 1' 04"

Ti:

C:

I: Cinta

L: Inglés

B: Baila el ballet de Milton Gio

T: 2' 31"

Ti: Viva-Bravo

C: Menudo

I: Pista completa

L: Español

T: 2' 12"

Ti: Lágrimas

C: Cristal

A: Edene Pastor

I: Pista musical

L: Español

T: 2' 53"

Ti: Castillo de Hielo

C: Anita Hopman

I: Pista musical

L: Inglés

COMERCIALES

T: 2' 12"

Valores Juveniles, Gentile, Fanta, Hnos. Vázquez, Tele-  
vicine.

T: 2' 04"

Finales de Valores Juveniles, Scribe, Marinela, Pelf  
cula Fiebre de Amor, Festi-  
val Idolos del futuro.

T: 1' 56"

Finales de Valores Juveni-  
les, Hnos. Vázquez, Aga, Mo-  
nedas Mundial, Disco de Pa-  
blo Milanés.

T: 2' 13"

Cockteles Bacardí, Barbie,  
Burger boy, Finales de Va-  
lores Juveniles.

T: 1' 56"

Cockteles Bacardí, Disco Ma-  
quinaria, Programa: ¿Qué  
nos pasa?

ANALISIS VIDEO

Iluminación en forma de estre-  
lla con luz rosa alrededor.  
Juegos de luces intermitentes.  
El nombre de Menudo con focos  
de colores.

Las imágenes predominantes son  
los planos generales.

Las imágenes de apoyo fueron  
los fragmentos de video rocks.  
Unas imágenes de juegos electró-  
nicos.  
Y un videoclip en español.

PROGRAMA: ESTRELLAS DE LOS OCHENTA

EMISION: S 020886

MUSICA

se toman muy en cuenta la voz y el sentido musical.

T: 30"

El conductor dice que en esta sección han habido tres triunfadoras en la rama femenil, y presenta a Anita Hofman comentando que "es una linda chica de Baja California".

T: 15"

Gloria Calzada presenta al concursante masculino y dice que es un semifinalista de Valores Juveniles.

T: 38"

El conductor hace alusión al ambiente del programa, y dice que es estupendo. Pide la votación del jurado, ya que han cantado los cuatro participantes, pero antes de los cuatro participantes, señala que el jurado está compuesto por estudiantes de la ENEP Acatlán, la Prepa 5, de una vocacional, de la prepa José Vasconcelos y una escuela de Mercadotecnia, que al dar sus resultados el ganador resulta Sergio Carrillo de Valores Juveniles le entrega un premio de 500 mil pesos, ya que era su quinto sábado que ganaba.

COMERCIALES

T: 2' 10"  
Ti: Susy la coqueta  
C: Patsy

A:  
I: Pista musical  
L: Español

T: 2' 42"  
Ti: Porque mentiste  
C: Carlos Baez  
I: Pista musical  
L: Español

T: 2' 52"  
Ti: Olvídate, Olvídate  
C: Sergio Carrillo  
I: Pista musical  
L: Español

T: 2' 57"  
Ti: Te quiero  
C: Lucía Méndez  
A: Honorio Herrera  
I: Videoclip  
L: Español

T: 3' 37"  
Ti: Your love  
C: Outfield  
I: Videoclip  
L: Inglés

T: 2' 13"  
Cocteles Bacardí, Barbie,  
Burguer boy, Finales de Valores Juveniles

T: 1' 56"  
Cocteles Bacardí, Disco Maquinaria, Programa: ¿Qué nos pasa?

T: 1' 52"  
Final de Valores Juveniles, Bimbo, Wella, Pepsi.

T: 1' 53"  
Pepsi, Salvavidas, Hnos. Vázquez, Valores Juveniles.

TIEMPO TOTAL: 22' 58"

TIEMPO TOTAL: 13' 08"



PROGRAMA: ESTRELLAS DE LOS OCHENTA

EMISION: S 020886

### MUSICA

T: 2' 38"

Los conductores anuncian la sección del Círculo del Exito que tiene como invitada a Lucía Méndez.

En esta sección son otros conductores los que indican que se trata del espacio de los clubes por televisión, y comienzan citando algunas labores sociales que realizan los clubes de artistas como los de Laura Flores, Rafael Amador y Lucía Méndez. Y presentan el video de esta última.

T: 2' 32"

Los conductores de esa sección dicen que es muy guapa Lucía Méndez, e invitan a que sigan mandando corcholatas. Posteriormente dan a conocer las posiciones de los artistas en esa semana: 1) Menudo, 2) Chayan, 3) Fernando, 4) Javier, 5) Rocio Banquelles, se comenta que los cuatro primeros son portorriqueños.

PROGRAMA: ESTRELLAS DE LOS OCHENTA

EMISION: S 020886

### MUSICA

T: 12"

Nuevamente con Marcos y Gloria anuncian el videorock ganador.

T: 30"

Marcos anuncia que ya fue reconocido el estrella secreto que era Ricky Luis, da las gracias por la compañía televisiva de los telespectadores y comenta que el próximo sábado estará muy bien el programa; Gloria también se despide.

T: 33"

Salida Institucional

TIEMPO TOTAL: 15 05"

Nota: En esta ocasión el programa duró 57'.

PROGRAMA: ESTRELLAS DE LOS OCHENTA

MISION: S 090886

COMENTARIOS

: 3' 06"

entrada Institucional.

Los conductores saludan y dan la bienvenida a "La plataforma juvenil". Comenzan como es período de vacaciones algunos papás han asistido acompañando a sus hijos. Presentan al elenco del programa que son: Pandora, Denis de Kafé, Menudo y en cuanto a la prenda a regalar en esta ocasión será Emmanuel.

: 2'

El programa dice que los videorocks a competir serán, "These dreams" con Heart, Disco con gran popularidad en EU, Canadá y México y su contrincante es "Rhythm in the night" con Electric Light.

: 8' 14"

Carlos Valdés señala que la correspondencia con los amigos de estrellas de los ochentas, permite conocer y saludar a más amigos. Asimismo invita al público a que escriba, y anuncia la sección siguiente que será la Agenda de las estrellas donde el invitado es Fernando Quirarte

MUSICA

T: 3' 50"  
Ti: Toda la vida  
C: Franco  
A:  
I: Pista completa  
L: Español

T: 2' 09"  
Ti: Como una mariposa  
C: Pandora  
A: Ramón Flores  
I: Pista completa  
L: Español

T: 2' 53"  
Ti: Cada día más  
C: José Arturo  
A:  
I: Pista musical  
L: Español

T: 4' 19"  
Ti: Te regalaré  
C: Martín Coughlan  
A: David Rojas  
I: Pista musical  
L: Español

COMERCIALES

T: 1' 45"  
Inos. Vázquez, Disco María del Sol, Video Visión, Sábados musicales.

T: 1' 53"  
Shampoo Daniela Romo, Follow me cursos, Televisión.

T: 1' 51"  
Valores Juveniles Bacardí, Coca Cola, Festival Idolos del Futuro.

T: 1' 43"  
Limara, Barbie, Película Fiebre de Amor, Se anuncia un partido de fútbol.

T: 1' 14"  
Refresco Aga, Scribe, Disco de Pablo Milanés.

T: 2' 10"  
Valores Bacardí, Gentile, Sólo para locos.

T: 1' 23"  
Disco New Wave, Gansito Marinela, Pepsi.

ANALISIS VIDEO

La iluminación es a base de focos de colores en el piso intermitentes y luces blancas. Se usa hielo seco como efecto especial.

Como imágenes de apoyo se usan videorocks. Algunas imágenes de la casa de Fernando Quirarte. Así como de su participación deportiva en el mundial.

Se utiliza también una grabación de una entrevista con el grupo Menudo.

PROGRAMA: ESTRELLAS DE LOS OCHENTA

EMISION: S 090886

COMENTARIOS

T: 1' 11"

Gloria y Marcos anuncian que la sección que sigue es Desbanca a la Estrella, sección que dicen, da oportunidad a los nuevos valores. Primeramente se presenta "un valor de Valores Juveniles, José Arturo".

T: 15"

Gloria señala que el contrincante de José Arturo, es otro cantante de Valores Juveniles, de San Luis Potosí que se llama Martín Coughlan.

T: 20"

Por su parte en la rama femenil, Marcos Valdés presenta a la "hermosa chica de Valores Juveniles", Mónica Rufz.

T: 11"

Y como contrincante se presenta a "una hermosa chica de Tijuana", Pratz.

T: 3' 49"

Los conductores presentan al jurado de este programa, los cuales todos son de bachillerato para arriba, de las escuelas Tepeyac, INBA, Preparatoria nueve.

MUSICA

T: 3' 30"

Ti: Cuando llegue mi amor  
C: Mónica Rufz  
A: Carlos Vargas  
I: Pista musical  
L: Español

T: 3' 19"

Ti: Soy quien necesita de ti  
C: Pratz  
A: Salvador Chanton  
I: Pista musical  
L: Español

T: 3' 03"

Ti: Más nadie más  
C: Denis de Kalafe  
A: Denis de Kalafe  
I: Pista completa  
L: Español

T: 2' 29"

Ti: Mi Madre  
C: Pandora-Denis de Kalafe  
A: Denis de Kalafe  
I: Piano que toca Denis de Kalafe  
L: Español

COMERCIALES

T: 2' 07"

Pepsi, Hnos. Vázquez, Disco de Maquinaria, Programa Estampas de México.

T: 1' 40"

Cocteles Bacardí, Programa Qué nos Pasa.

T: 1' 33"

Refresco Fanta, Hns. Vázquez, Moneda del Mundial, Programa Carabina de Ambrosio.

T: 2' 31"

Cocteles Bacardí, Novedades.

TIEMPO TOTAL: 19' 50"

PROGRAMA: ESTRELLAS DE LOS OCHENTA

EMISION: S 090886

PROGRAMA: ESTRELLAS DE LOS OCHENTA

EMISION: S 090886

### COMENTARIOS

El jurado lee su decisión. Gloria por su parte da un avance de las votaciones en los videorocks, y presenta algunos elementos para el concurso-sección de reconoce a tu estrella.

T: 1' 10"

En cuanto a la prenda de Emmanuel, los conductores piden se den algunos datos de él además agregan que el próximo programa habrá prendas para el público de provincia y el del estudio, por lo que exhortan al público a conocer los datos de sus artistas.

T: 11' 45"

Los conductores invitan a ver la sección del Círculo del Exito, que es el espacio de los clubes por televisión, los conductores de esta sección dicen que el ganador de la semana nuevamente fue el grupo Menudo, por lo tanto fueron entrevistados.

En la entrevista los miembros del grupo señalan que es muy importante para ellos ganar el Círculo de la popularidad, porque no se trata de los empresarios sino del público.

E informan que en su nuevo disco cantan

### MUSICA

T: 2' 13"

T1: Cómo te va mi amor

C: Denis de Kalafe y Pandora

A: Reinaldo Zúñiga

I: Pista musical

L: Español

TIEMPO TOTAL: 31' 33"

### COMENTARIOS

canciones de los jóvenes. Los conductores piden a los grupos de fans que manden corcholatas y dan la lista de popularidad: 1) Menudo, 2) Chayan, 3) Fernando, 4) Emmanuel, 5) Johnny.

T: 5'

Nuevamente con Gloria y Marcos se anuncia la sección de agenda internacional, donde se mencionan los tópicos "de moda" de la semana.

Canción de moda: Toda la vida

Cortes de cabello de moda: Lacios

Disco de Moda: el de Laureano Brisuola,

Cumpleaños de la semana: Del grupo Tim biriche

Película: Fiebre de Amor

Libro a recomendar: Ulises de James

Joyce

Eventos de la semana: Presentación de

Fresas y Chayan

Obra de teatro: El show de terror de

Rocky

Expresión de la semana: No controles

PROGRAMA: ESTRELLAS DE LOS OCHENTAS

EMISION: S 090886

COMENTARIOS

T: 21"

Antes de despedir el programa los conductores dicen que la prenda de Emmanuel se va a Sonora, al contestar una niña de allá.

PROGRAMA: ESTRELLAS DE LOS OCHENTA  
EMISION: S 160886

COMENTARIOS

MUSICA

COMERCIALES

ANALISIS VIDEO

T: 2' 45"

Entrada Institucional

Los conductores presentan el programa, anuncian el elenco que serán Manuel Mijares, Daniela Romo, Oscar Athié, y en agenda de la estrellas José de la Garza.

T: 2' 14"

Agradecen la participación del cantante Fernando al cantar su éxito, y Gloria anuncia los videorocks a concursar, Money for nothing con Dire Streets y ley Micky con Desiree, e invita al público a que llame para decir el ganador. Presenta a Arianna.

T: 4' 31"

Se presenta la sección de la Revista de los 80 donde Gloria Calzada recomienda:

Obra de Teatro: Andreo

Libro: Biografía de un joven de clase media

Disco: Otra vez Pandora

Película: Karate Kid II

Cumpleaños: César Costa, Napoleón

Canción: Vuelve de Chayán

Moda: Cinturones anchos

T: 3' 43"

Ti: Al amor o a la vida

C: Fernando

A: Joaquín Torres

I: Pista completa

L: Español

T: 3' 51"

Ti: Corazón Romántico

C: Ariana

A: J. Ramón Flores

I: Pista completa

L: Español

T: 3' 37"

Ti: Bella

C: Manuel Mijares

A: Felissatti

I: Pista completa

L: Español

T: 2' 56"

Ti: Prometes y Prometes

C: Daniela Romo

A:

I: Videoclip

L: Español

T: 1' 41"

Wella, Fanta, Novedades.

T: 1' 47"

Barcel, Linara, Hnos. Vázquez, Programa Sábados Musicales.

T: 1' 23"

Scribe, Marinela, Pepsi.

T: 2' 03"

Pepsi, Shampoo Daniela, Película Fiebre de Amor, Sólo para Locos, Identificación de canal.

T: 2' 01"

Valores juveniles, Refresco Aga, Disco de Melissa, Televisine.

T: 1' 47"

Coca Cola, Disco Laureano Brisuela, Video Visión, Programa Idolos del Futuro.

La iluminación es de colores e intermitente.

Al fondo se forma una estrella iluminada.

Se usa hielo seco.

Como imágenes de apoyo se usaron un video de Vaselina con Timbiriche.

De Miguel Gallardo.

Los videorock. Un videoclip de Daniela Romo.

Y la casa de José de la Garza.

PROGRAMA: ESTRELLAS DE LOS OCHENTA

EMISION: S 160886

COMENTARIOS

Programa: Siempre en Domingo  
Expresión: Paloma (para decir que está bien)

T: 1' 05"

Se presenta la sección del Círculo del Éxito, como el espacio de los clubes por televisión.

Los conductores de esta sección leen algunas de las peticiones que se hacen sobre videoclip y presentan el video de Daniela Romo.

T: 2' 35"

Todavía en el círculo del Éxito se comenta que Daniela Romo es una de las cantantes más bellas.

Se dan a conocer los lugares y artistas de la lista de popularidad:

1) Chayan, 2) Fernando, 3) Emmanuel, 4) Abraham Méndez, 5) Rocío Banquells.

Los conductores invitan al público que oigan en la XEW el círculo del Éxito.

MUSICA

T: T: 3' 19"

Ti: Tuya

C: Ariana

A: J. Ramón Flores

I: Pista musical

L: Español

T: 3' 24"

Ti: Siempre

C: Manuel Mijares

A: J. Ramón Flores

I: Pista completa

L: Español

T: 3' 22"

Ti: Cómo me olvido de ella

C: Elmer

A: Francisco Samper

I: Pista musical

L: Español

COMERCIALES

T: 1' 20"

Hnos. Vázquez, Fútbol Americano, Identificación de canal.

T: 2' 13"

Disco de Manuel Mujares, Yougurth Chambourcy, Disco Poster, Programa Siempre en Domingo.

T: 1' 40"

Cocteles Bacardí, Disco Star force, Estampas de México.

T: 1' 54"

Gentile, Hnos. Vázquez, Disco de María del Sol, programa Qué nos pasa.

T: 1' 53"

Cocteles Bacardí, Disco Maquinaria, Programa Carabina de Ambrosio.

TIEMPO TOTAL: 19' 42"

PROGRAMA: ESTRELLAS DE LOS OCHENTA

EMISION: S 160886

COMENTARIOS: ESTRELLAS DE LOS OCHENTA

EMISION: 160886

COMENTARIOS

MUSICA

COMENTARIOS

T: 1'

Gloria y Marcos Valdés agradecen las cartas del público.

T: 4' 34"

Los conductores informan que la prenda del programa es el traje de Oscar Athié, y que hay 2 prendas para el estudio y la provincia.  
Sólo hay que contestar su fecha de nacimiento y su primera composición.  
Y anuncian la sección de la agenda de las estrellas con José de la Garza.

T: 23"

Se presenta la sección de Desbanca a la Estrella y Gloria anuncia al primer participante: Elmer.

T: 14"

Gloria presenta al competidor del que señala que también viene de Valores Juveniles.

T: 3'

Ti: Yo si te quiero  
C: Martín Carrera  
A:  
I: Pista Musical  
L: Español

T: 2' 45"

Ti: Fijate que no  
C: Mirichui  
A: Lara  
I: Pista musical  
L: Español

T: 3'

Ti: Susy la coqueta  
C: Pratz  
I: Pista musical  
L: Español

T: 3' 09"

Ti: Micky  
C: Desiree  
I: Videoclip  
L: Inglés

T: 23"

Marcos presenta por su parte a la rama femenil la primera concursante se dice que también surgió en Estrellas de los ochenta.

T: 13"

Se presenta a la otra concursante; Pratz.

T: 1' 20"

Los conductores exhortan al televidente a asistir al estudio, reconocer a las estrellas y ganarse una prenda.  
Gloria anuncia que el videorock ganador fue Micky.

T: 1' 19"

El jurado de Desbanca a la Estrella, dicen los conductores está formado por miembros del CCH Sur, la Iberoamericana, la Universidad Femenina, y da a conocer su decisión este jurado.



PROGRAMA: ESTRELLAS DE LOS OCHENTA

EMISION: S 160886

MUSICA

COMENTARIOS

T: 3' 23"  
Ti: Te propongo  
C: Manuel Mujares y Ariana  
A:  
I: Pista musical  
L: Español

T: 26"  
Los conductores anuncian quien fue el ganador de la prenda, y presentan cantando juntos a Ariana y Manuel Mijares.

T: 37"  
Salida Institucional.

TIEMPO TOTAL: 39' 39"

TIEMPO TOTAL: 23' 39"

COMENTARIOS

MUSICA

COMERCIALES

ANALISIS VIDEO

: 1' 45"  
 entrada Institucional.

: 44"  
 os conductores saludan y presentan al  
 elenco del programa que serán Timbiri-  
 che, Oscar Athié, Beny Ibarra y Yuri.

: 2' 06"  
 loria Calzada dice que es la "plataforma  
 juvenil" presenta a concurso dos video-  
 cks, el primero es del grupo Ajá y el  
 egundo de Emerson Like and Powell, pi-  
 e a los telespectadores que escogan el  
 ue más les guste y que llamen.

: 51"  
 Marcos Valdés señala que la corresponden-  
 cia es la forma para que los televiden-  
 tes se comuniquen y manda saludos, así  
 como lee remitentes de cartas, anuncian  
 finalmente a Oscar Athié, como un exce-  
 lente canta-autor.

T: 3' 29"  
 Ti: Déjala  
 C: Yuri  
 I: Pista completa  
 L: Español

T: 2' 34"  
 Ti: Timbiriche  
 C: No seas tan cruel  
 I: Pista completa  
 L: Español

T: 3' 36"  
 Ti: Preguntale  
 C: Oscar Athié  
 A: Oscar Athié  
 I: Pista completa  
 L: Español

T: 3' 07"  
 Ti: Me voy a enamorar  
 C: Tatiana  
 A:  
 I: Videoclip  
 L: Español

T: 2' 16"  
 Disco Valores Juveniles, Ma-  
 rinela, Ihos. Vázquez, Pelí-  
 cula de Parchis, Larousse.

T: 2' 47"  
 Coca Cola, Edoardos, Disco  
 Melisa, Novedades, Videovi-  
 sión, Televisine.

T: 1' 50"  
 Disco Valores Juveniles, Mi  
 leche, Película Karate Kid  
 II, Jello, Pepsi.

T: 1' 54"  
 Pepsi, Resistol, Ihos. Váz-  
 quez, disco de Lucerito.

T: 2'  
 Disco Valores Juveniles, Ca-  
 nadá, Barcel, Película Fama  
 Fresas en el Teatro Insur-  
 gentes, Futbol.

T: 2' 19"  
 Limara, Kisses, Refresco  
 Agua, Scribe, Disco de Lau-  
 reano Brisuela, Programa  
 Siempre en Domingo.

La iluminación es a base de luc-  
 ces de colores en el suelo.

En cuanto a algunos efectos es-  
 peciales se crea una doble ima-  
 gen la pantalla dividida en dos  
 con la misma persona en un me-  
 dium shot y un shot completo.

Como imágenes de apoyo se usa-  
 ron un videorock y fragmentos  
 de otro, Imágenes de Chayan con  
 sus admiradoras, Imágenes de  
 Fresas, Menudo, un videoclip de  
 Tatiana, la Casa de Beny Ibarra  
 Junior, y fragmentos de la obra  
 Vaselina donde sale Beny Ibarra.

PROGRAMA: ESTRELLAS DE LOS OCHENTA

EMISION: S 060986

COMENTARIOS

T: 2' 45"

En la sección del Círculo de Pepsi, los conductores saludan y dicen que para esta semana hubo ganador y fue Chayan, gracias a las corcholatas de Pepsi que han mandado. Algunas de las informaciones que se dan en esta sección es que Fresas se presentará en el teatro de los Insurgentes como los hizo Pandora, que el club de admiradoras de Menudo tiene 5 años fundado, y presentan un videoclip de "una muchacha que canta como los angeles": Tatiana.

T: 4' 49"

Todavía en la sección del Círculo de Exitos se dice que el video de Tatiana es lindísimo, que está filmado en Morelos, se dice que Tatiana se inició con la obra Kumán. Posteriormente invitan a que el espectador vea la entrevista con Chayan, enfatizando que el apoyo de los públicos es muy importante, y dan a conocer las votaciones de popularidad de la semana: 5) Menudo, 4) Abraham, Méndez, 3) Emmanuel, 2) Fernando Salaberry, 1) Chayan.

MUSICA

T: 4' 17"

Ti: Cada vez que te acercas  
C: Oscar Athié  
A: Oscar Athié  
I: Pista completa  
L: Español

T: 2' 34"

Ti: Yo no se vivir sin tí  
C: Victoria Vela  
A: Rafael Carra  
I: Pista musical  
L: Español

T: 2' 50"

Ti: Ninguno ya  
C: Linda  
A: Ruben Anado  
I: Pista musical  
L: Español

T: 3' 22"

Ti: La Carta  
C: Carlos Vivanco  
A: Ignacio Canto  
I: Pista musical  
L: Español

COMERCIALES

T: 2' 14"

Cocteles Bacardí, Hnos. Vázquez, Película Fiebre de Amor, disco de Mario Castelli

T: 2' 23"

Bimbo, Productos Marjam, Disco de Miguel Bosé, Disco Sonora Santanera, Programa Sólo para Locos.

T: 2' 12"

Cocteles Bacardí, Gentile, Disco de Franco, Programa Es tampus de México.

T: 2'

Película Karate Kid, Fanta, Barcel, Hnos. Vázquez, Disco de Roberto Carlos, Programa Qué nos pasa.

T: 1'

Cocteles Bacardí, Huch Pupies, Disco Starforce.

TIEMPO TOTAL: 22' 55"

PROGRAMA: ESTRELLAS DE LOS OCHENTA

EMISION: S 060986

PROGRAMA: ESTRELLAS DE LOS OCHENTA

EMISION: S 060986

COMENTARIOS

T: 5' 04"

Gloria dice que las prendas que se regalarán en este programa son de Rocío Banquells, y los datos que piden son su nombre completo y su primera obra de teatro.

En otra sección, la Agenda de las Estrellas, presentan a Beny Ibarra en su casa. Ibarra dice que él es músico de corazón, que es muy sociable y que la televisión es genial, además indica que tuvo que superar su etapa de participación en Timbiriche.

T: 2' 38"

Gloria Calzada presenta la sección de Revista de las Estrellas y las recomendaciones que hace son las siguientes: Película: 2a. parte de Loca Academia de Policías.

Libro: El jugador, de Iván D.

Moda: Zapatos de piso sin tacón.

Disco:

Teatro: Un loco amor

Evento: Coctel de la OTI

Expresión: Andale

Finalmente la conductora presenta nuevamente a Oscar Athié aludiendo a que estará presente en el OTI.

MUSICA

T: 3' 10"

Ti: Mi amante amiga  
C: Carlos Cué  
A: Manuel Alejandro  
I: Pista musical  
L: Español

T: 3' 40"

Ti: Touch and go  
C: Emerson Like and Powell  
A:  
I: Videoclip  
L: Inglés

T: 2' 36"

Ti: Soy un desastre  
C: Timbiriche  
A:  
I: Pista completa  
L: Español

TIEMPO TOTAL: 35' 15"

COMENTARIOS

T: 38"

En la sección Desbanca a la Estrella, Marco Valdés presenta en la rama femenil a "una chica que surge de Valores Juveniles": Victoria.

T: 16"

La cantante competidora es Linda quien surgió también de Valores Juveniles, anuncian el conductor.

T: 15"

En la parte masculina de Desbanca a la Estrella se presenta Carlos Vivanco de León, Guanajuato que también surgió de Valores Juveniles.

T: 10"

Y como contrincante del DF, pero también de Valores Juveniles, Carlos Cué.

T: 15"

Los conductores anuncian el videorock ganador que fue el de Emerson Like end Powell.

PROGRAMA: ESTRELLAS DE LOS OCHENTA  
EMISION: S 060986

XETU

### COMENTARIOS

T: 1' 46"

Anuncian al jurado de Desbanca a la Estrella formado por alumnos del CCH Azcapotzalco, del Colegio Marie Curie, de la Escuela de Ingeniería Mecánica del IPN y de medicina del IPN.

T: 1' 35"

Los conductores se despiden y dicen que habrá un gran elenco el programa siguiente de Estrellas de los Ochenta. Salida Institucional.

TIEMPO TOTAL: 24' 53"

Horario: 19:30-20:00 hrs.

Canal: 2

Periodicidad: diaria

Programas entre los que se ubica:

Muchahita (telenovela) y diferentes programas de variedades musicales y comedias

Logotipo: Un programa joven, con visión

Slogan: Diferentes

Conductores: René Casados y Gabriela Rivero

Producción: Raúl Velasco

Presentación de la música: Pistas musicales completas con intérpretes grabados en vivo

Estructura general del programa:

Conductores - comercial - conductores - concurso o música - comercial.

PROGRAMA: XETU CANTA CANTA

EMISION: Ma 030286

### COMENTARIOS

T: 4' 44"  
Entrada Institucional.

Los muñecos conversan, uno de ellos dice que llegó tarde por que el tráfico está muy denso, a lo que otro muñeco le contesta que "llegar tarde es grave, pero que empezar tarde es imperdonable".

El conductor de cabina acaba los comentarios y presenta como siempre el programa como "joven y con visión".

René Casados saluda y comenta que por nuestras obras velen nuestras ideas, y exhorta a los televidentes a aprovechar la gran oportunidad del mundial, que es un desafío a afrontar. Comenta que a veces vivir demasiado rápido nos impide vivir todas las cosas por pequeñas que sean. Y que en esta era supersónica debemos que detenernos a meditar.

Se transmite una cápsula informativa sobre los cohetes espaciales.

### MUSICA

T: 3' 16"  
Ti: Muriendo de amor  
C: Marisela  
A: Javier Santos  
I: Pista completa  
L: Español

T: 3' 53"  
Ti: Que te vaya bien  
C: Las seis competido  
ras un fragmento  
I: Pista musical  
L: Español

T: 1' 18"  
Ti: Que te vaya bien  
C: Marisela y la concursante ganadora  
I: Pista musical  
L: Español

T: 3' 19"  
Ti: Enamorada y Herida  
C: Marisela  
A: Javier Santos  
I: Pista completa  
L: Español

TIEMPO TOTAL: 11' 46"

### COMERCIALES

T: 1' 47"  
Gel New Wave, Barcel,  
Disco Baltimore, Tesoros del Mundial, Topogigio.

T: 1' 23"  
Sabritas, Novedades,  
Sanborns

T: 55"  
Ultradisc, Identificación de canal.

T: 2' 23"  
Fabergé Disco, Eva Ma., Boletos sueltos mundial, Salvat, Monte calvario telenovela.

TIEMPO TOTAL: 7' 28"

### ANALISIS VIDEO

Iluminación de colores interminente.

Tomas predominantes: Plano General, Close Up, División de pantalla, Medium shot.

Imágenes de apoyo.  
Chica XETU.

Imágenes de cohetes para la cápsula.

Imágenes de cantantes a presentarse en la semana.

PROGRAMA: XETU CANTA CANTA  
EMISION: Ma 030286

PROGRAMA: XETU CANTA CANTA  
EMISION: Ma 030286

PROGRAMA: XETU CANTA CANTA  
EMISION: Ma 030286

### COMENTARIOS

Gabriela Rivero: Anuncia al artista del programa como una música y voz muy exitosa: Marisela.

T: 2' 18"

Los conductores señalan que Canta Canta se complementa con la participación de las concursantes, que de ganar obtendrán premios económicos y bicicletas.

Las concursantes se presentan una a una y comentan en su turno que:

- 1) Aprovechamos el entusiasmo del mundial
- 2) El ejercicio es importante para respirar por la nariz
- 3) Antes de hacer deporte hay que calentar
- 4) Relaja tus músculos antes de empezar el ejercicio
- 5) Debemos realizar ejercicio físico y mental
- 6) Hay algunos deportes violentos donde debemos protegernos.

### COMENTARIOS

Tras la presentación de las concursantes se presenta el jurado.

T: 31"

Ya que cantaron las concursantes se pide el aplauso de la gente por su favorita.

T: 51"

El jurado anuncia su decisión y se dice que la ganadora pasa a la gran final.

T: 42"

Le agradecen a Marisela que haya permitido ese juego con su música. Y dice que Marisela y la concursante ganadora es el testimonio de dos triunfadoras.

T: 24"

Al ser entrevistada Marisela dice que su carrera es más importante que el amor.

### COMENTARIOS

T: 19"

Finalmente René Casados dice que así se construye la proyección de una gran artista, que el público reconoce con su aplauso. Así es la belleza y encanto de Marisela dice René Casados.

Se despide el conductor diciendo que el patrimonio más grande que tenemos es México.

TIEMPO TOTAL: 9' 40"

PROGRAMA XETU CANTA CANTA

EMISION: Ma. 200586

COMENTARIOS

MUSICA

COMERCIALES

ANALISIS VIDEO

T: 4' 30"

Presentación, notas XEW y música institucional.

Los muñecos que presenta el programa comentan que las mujeres son informales.

René Casados al presentar el programa señala que tenemos que ser grandes, que hay que emprender nuevas empresas en tiempos difíciles. Y que a un hombre enamorado no lo derrota nadie.

Gabriela Rivero dice que la lealtad es valioso elemento humano, que hay que ser leal a una causa no a una persona, y que la lealtad se gana con lucha y dignidad.

Presentan a la invitada del programa como una gran artista de talento y simpatía: Daniela Romo.

T: 4' 30"

Anuncian que el jueves estará Menudo, y presentan a las participantes del concurso de Canta Canta.

T: 3' 01"

Ti: Más vale un hombre que sepa

C: Daniela Romo

A: Ran Walkmon

I: Pista musical completa

L: Español

T: 2' 48"

Ti: Promesas

C: Las concursantes en fragmentos.

A:

I: Pista musical nada más.

L: Español

T: 1'

Ti: Promesas

C: La concursante ganadora y Daniela Romo.

A:

I: Pista musical nada más.

L: Español

T: 2'

Sabritas, Pepsi, Marinela, Vaseline, Revista Vogue

T: 2' 35"

Coca, Barcel, Clearasil, K2, Evax, Vick Vaporu.

T: 2' 25"

Vasonol, Coca, Canadá, El Patio, Lila Deneken, Programa Estampas de México

Las tomas predominantes en el programa son los planos generales al público y a René Casados, así como medium shot a la conductora.

Se utilizan mucho el zoom in y zoom back.

La iluminación se utiliza formando figuras en el escenario, son de diversos colores y prenden y apagan.

Se utilizan diversas imágenes de apoyo, como las de la chica XETU de la semana, o los invitados de la semana.



PROGRAMA: YETU CANTA CANTA

EMISION: Ma. 200586

COMENTARIOS

MUSICA

COMERCIALES

ANALISIS VIDEO

Se anuncia que los premios son económicos.

Cada concursante antes de comenzar explican a qué área del bachillerato se deben inscribir aquéllos interesados en estudiar psicología, arquitectura, historia, composición musical.

T: 3' 15"

Ti: Lastima

C: Daniela Romo

A: G. Benavides

I: Pista completa

L: Español-baila

TIEMPO TOTAL: 10' 03" TIEMPO TOTAL: 6' 55"

PROGRAMA: XETU CANTA CANTA

EMISION: Ma 200586

### COMENTARIOS

T: 27"

René Casados pide que el público aplauda a la concursante preferida.

T: 45"

El jurado designa a la concursante ganadora.

T: 29"

Los conductores agradecen la participación de Daniela Romo en el concurso.

T: 20"

René Casados comenta que el entusiasmo de una competencia abre paso a otro entusiasmo: el decir de Daniela.

T: 25"

Al despedirse, el conductor señala que Daniela Romo es una cantante y artista amiga de XETU.

TIEMPO TOTAL: 11' 28"

PROGRAMA: XETU CANCIONISIMA

EMISION: J 220586

COMENTARIOS

T: 5' 10"

Entrada Institucional, con posters y canción del mundial.

Los muñecos hacen chistes sobre unos guantes para aplaudir durante el mundial.

Uno de los muñecos dice que en XETU siempre está contento, y saludan a los televidentes de Galavisión a EU y Puerto Rico.

René Casados menciona que faltan 9 días para el mundial, y que México será lo más importante, indica que nada debemos dejar al azar, sino que hay que ser tenaces y esforzarnos.

Gabriela Rivero dice que XETU es un juvenil espacio donde se mezcla la alegría de la cordialidad mexicana.

René Casados hace alusión a un "himno de la selección", que cantan los seleccionados "con entusiasmo" y los felicita. Asimismo dice que XETU da la bienvenida a todos los equipos al mundial de la amistad.

MUSICA

T: 3'

Ti:

C: Menudo

I: Pista musical completa.

L: Español - bailan

T: 2' 38"

Ti: Viva-Bravo

C: Menudo

A: C. Villasa

I: Pista completa

L: Español - bailan

COMERCIALES

T: 2'

Coca Cola, K2, Vick Vaporu, Revista Vogue.

T: 2' 32"

Paletas Payaso, Mirinda, Windys, Marinela, Avon, Q-tips.

ANALISIS VIDEO

Las tomas predominantes son planos Generales y no se Ups.

Las luces se utilizan para formar figuras, prenden y apagan.

Se utilizan imágenes grabadas de la chica XETU, y de los artistas invitados a programas futuros.

TIEMPO TOTAL: 5' 38"

TIEMPO TOTAL: 4' 32"

PROGRAMA: XETU CANCIONISIMA  
EMISION: J 220586

Gabriela enfatiza que la música sigue siendo el tema de XETU.

T: 5' 16"

El conductor señala que el entusiasmo y predisposición a la d versión son los objetivos del programa, y presenta a los invitados concursantes: El Colegio Alemán y el Club Español.

Comienza el concurso de preguntas:

- 1) Fórmula química de la sal
- 2) "Porque te quise", melodía a identificar con Liza López.
- 3) Cómo se le llama al paso de sólido a vapor sin pasar por líquido.
- 4) Nombres de jugadores del equipo español.
- 5) Melodía a identificar con Rocío Jurado, "Se nos rompió el amor".
- 6) Melodía a identificar, "Promesas", con Vicky Carr.
- 7) Nombres de jugadores de fútbol.

PROGRAMA: XETU CANCIONISIMA  
EMISION: J 220586

T: 4' 28"

Canciones a identificar:

Mi problema con Marisela  
Prometes con Daniela Romo  
Ella y él con Chiquitete  
Acércate con Menudo

Los conductores dan la lista de popularidad de la semana:

- 10: Mujeres -Marcelo Molina
- 9: Pájaro que comió voló -Diego Verdaguer
- 8: Luna Mágica -Rocío Banquels
- 7: Bazar -Flans
- 6: Jugar -Antonio de Jesús
- 5: No controles -Flans
- 4: Corro, Vuelo, Me aceleró -Timbiriche
- 3: Miguel -Angélica María
- 2: Amor Imposible -Lucía Méndez
- 1: Más -José José

T: 28"

Despiden el programa los conductores y dicen que "Tu preferencia musical y tus intérpretes favoritos están en XETU".

TIEMPO TOTAL: 15' 22"

PROGRAMA: XETU SUPERMUSICAL

EMISION: V 230586

COMENTARIOS

MUSICAL

COMERCIALES

ANALISIS VIDEO

T: 4'  
Entrada Institucional  
Los muñequitos cuentan que en la actualidad los jóvenes tienen mejores ideales porque tienen mejores padres.

René Casados: Saluda y dice que una gran empresa es la esencia de la vida y que ello se consigue con la voluntad de poder.

Gabriela Rivero señala que la historia nos une pero más el porvenir, debemos estar a la altura de las circunstancias. La chica XETU es presentada y dice que lo que ha logrado lo ha hecho estudiando.

René Casados indica que es importante conocerse a uno mismo desde la infancia. Y presenta a la invitada María Conchita comentado que tiene una arrolladora personalidad.

T: 3' 32"  
Ti: Loca  
C: María Conchita  
I: Pista musical completa  
L: Español

T: 3' 07"  
Ti:  
C: María Conchita  
I: Pista musical completa  
L: Español

T: 3' 28"  
Ti: Ella o Yo  
C: María Conchita  
I: Pista musical completa  
L: Español

T: 2' 37"  
Ti: Noche de copas  
C: María Conchita  
I: Pista musical completa  
L: Español.

T: 2'  
Marinela, Vasenol, Fan-  
ta, K2, Viditron, Vi-  
deocentro.

T: 2' 32"  
Coca Cola, Bimbo, Cana-  
dá, Vogue, Monedas del  
mundial.

T: 2' 41"  
Pepsi, Wella, Del Mon-  
te, Ibarra.

T:T: 7' 03"

Las tomas predominantes de esta ocasión fueron five shot y medium shot.

La iluminación en estudio se colocó formando figuras en el suelo de manera intermitente.

Como imágenes de apoyo se usan las de artistas a presentarse en otros programas. O bien imágenes grabadas de la chica y el niño XETU.

TIEMPO TOTAL: 12' 44"

PROGRAMA: XETU SUPERMUSICAL  
EMISION: V 230586

PROGRAMA: XETU SUPERMUSICAL  
EMISION: V 230586

### COMENTARIOS

T: 2' 49"

Al ser entrevistada María Conchita se le pregunta sobre sus planes futuros. Ella dice que depende de lo que hace para preferir la actuación o el canto.

René Casados dice que ella ha incursionado bastante en la balada, pero que qué hay del rock. María Conchita dice que tiene mucho rock en sus discos, que canta rock en inglés.

René Casados le dice que sienta que Televisa XETU son su casa.

T: 1' 12"

Los conductores dan como antecedentes sobresalientes de la artista invitada, su participación en la película Cara Cortada, además de sus apariciones en emisiones de la Isla de la Fantasía.

### COMENTARIOS

T: 45"

El conductor indica que María Conchita ha incluido temas at re vi do s en su segundo LP.

Despiden el programa.

TIEMPO TOTAL: 7' 57"

PROGRAMA: XETU SUPER MUSICAL

EMISION: V 2006 86

COMENTARIOS

MUSICA

COMERCIALES

ANALISIS VIDEO

T: 5' 19"

Entrada Institucional.

Los muñequitos saludan y dicen que los viernes se presentan a los astros más importantes, como Daniela Romo, Yuri, Timbiriche, etc.

Otro de los muñequitos aclara que no se está hablando de los astros del espacio.

Los muñequitos anuncian que en el programa de esta ocasión estará Daniela Romo como una gran estrella que brilla con luz propia.

René Casados saluda y lanza una frase: "Por nuestras obras valen las ideas, somos una gran empresa". Y señala que todos debemos preguntarnos qué podemos hacer por nuestro país.

Gabriela Rivero dice que se vive la euforia del mundial, de un deporte, y comenta que la salud corporal se logra al practicar una disciplina como parte de nuestra vida.

T: 2' 02"

Ti: Prometes

C: Daniela Romo

A: Emmanuel Octaval

I: Pista completa

L: Español

T: 3' 26"

Ti: El me mintió

C: Daniela Romo

A: Daniela Romo

I: Pista completa

L: español

T: 3'

Ti: Un hombre enamorado

C: Sergio Carrillo

A: Gómez/Wilde

I: Pista completa

L: Español

T: 3' 10"

Ti: Lástima

C: Daniela Romo

A: Gonzalo Benavides

L: Español

I: Pista completa.

T: 1' 45"

Marinela, Sanborns, Vanidades, Chiquilladas.

T: 1' 58"

Película de Parchis, Tesoros del mundial, Identificación de canal, Estrellas de los 80's.

T: 1' 35"

Cuenta Cuentos, exposiciones de Museo Tamayo, Pelican, Siempre en Domingo.

La iluminación es intermitente de colores en escenario oscuro.

Se forma el nombre de Daniela Romo con las luces.

Las tomas predominantes son los medium shot y los planos generales.

Las imágenes de apoyo que se usaron fueron las de la chica XETU, videos de Daniela Romo fragmentos.

Artistas invitados para otros programas.

TIEMPO TOTAL: 11' 38"

TIEMPO TOTAL: 5' 18"

PROGRAMA: XETU SUPER MUSICAL  
EMISION: V 200686

### COMENTARIOS

René Casados presenta a la invitada como una persona con capacidad y talento, con temas musicales que se identifican con su personalidad, además se informa que ha obtenido siete discos de oro, "bella y talentosa": Daniela Romo.

T: 2'

Después de interpretar una pieza René Casados saluda a Daniela y le dice "Mi amor bienvenida". Durante el diálogo la invitada comenta que sólo se dedica a cantar por integridad y respeto. Se comenta que en su último disco, incluye canciones de ella. Y Daniela señala que hablar de amor y sensibilidad le permite comprometerse, ser madre de sus discos.

T: 50"

El conductor dice que Daniela apadrinará a un cantante de Valores Juveniles que acaba de sacar su LP: Sergio Carrillo (canta una canción).

PROGRAMA: XETU SUPER MUSICAL  
EMISION: V 200686

### COMENTARIOS

T: 41"

Felicitan a Sergio Carrillo y le dicen que será bienvenido.

T: 37"

Gabriela Rivero anuncia la presencia de Daniela Romo nuevamente, como un "gran momento musical".

René Casados dice que se trata de la "extrovertida presencia de Daniela Romo".

T: 17"

Al despedir el programa el conductor comenta que Daniela Romo es natural, simpática, vital, triunfadora.

TIEMPO TOTAL: 9' 44"



Horario: 19:00-19:50 hrs.

Canal: 5

Periodicidad: diaria

Programas entre los que se ubica:

Cantinflas show y Topacio (telenovela)

Logotipo: si tiene

Slogan: Lo mejor del video,  
Lo mejor de los intérpretes

Conductores: Roberto Alarcón y Lourdes Ramos

Producción: Raúl Velasco

Presentación de la música: Videoclips

Estructura general del programa:

Sumario de los videoclips - conductor - comerciales - conductor  
- videoclip - comerciales.

PROGRAMA: ALTA FRECUENCIA

EMISION: L 050586

COMENTARIOS	MUSICA	COMERCIALES	ANALISIS DE VIDEO
T: 1' 29" El conductor le comenta a su compañera que la extrañó mucho, los días que no fue al programa, por estar enferma.	T: 3' 40" Ti: Y tú que sabes C: Alberto Vázquez I: Electrónica	T: 2' 04" Ti: Pepsi-VideoVisa, Recuerdos mundial, Novedades.	Los conductores se ubican en un "desván", con estereo, plantas, discos.
Ella, lee las cartas que han recibido.	T: 2' 11" Ti: Rondó Veneciano C: Grupo Serenísima I: Electrónica	T: 1' 43" Sanborns, Disco Pedrito Fdez., Dyango en Fiesta Palace, Telenovela Topacio.	Ambos visten muy a la moda, como los artistas de los videoclips.
T: 1' 03" Se menciona que se trata de un programa para "Chicos y grandes".	T: 4' 04" Ti: One more night C: Philips Collins I: Electrónica	T: 1' 50" Marinela, Show terror Rocky, Adiós Lagunilla, Disco Rollings Stone, Mensaje de felicitación a las madres.	Temas predominantes: Plano General, Medium Shot y Two Shot.
T: 2' 24" Se elogia a Philips Collins cantante inglés, se hace alusión a su musicalización de la película "El sol de medianoche", de esta película se comenta que es un ejemplo de que la práctica, la constancia llevan a la perfección.	T: 3' 42" Ti: Este hombre no se toca C: Rocío Banquells I: Electrónica	T: 2' 05" K2, Coca Cola, Acapulco Ritz, Marraquesh, Disco de Agustín Lara (joven intérprete).	La estructura del programa se basa principalmente en los videoclips.
Para presentar el video que sigue se dice que "esta gran cantante-actriz, viajó a España y conquistó al público: Rocío Banquells.	T: 2' 49" Ti: La luna de Can Cun C: Lucía Méndez I: Electrónica	T: 2' 08" K2, A qué muchachita (Teatro), Distribuidora O'Farrill, Adiós La gunilla.	
	T: 3' 31" Ti: Y qué C: José José I: Electrónica		

PROGRAMA: ALTA FRECUENCIA

EMISION: L 050586

COMENTARIOS

MUSICA

COMERCIALES

ANALISIS DE VIDEO

T: 1' 08"

El locutor comenta que la canción de Rocío Banquells, es realmente una descripción de personalidad muy fuerte "Este hombre no se toca".

Otra cantante importante, es Lucía Méndez que ya ha comenzado sus presentaciones en un Centro Nocturno, esta cantante ha sido modelo en Nueva York, donde es la meca de las modelos.

T: 2' 18"

El locutor dice que "que lindo canta Lucía", además escogió el Caribe que es de lo más bello. Por eso hay que conocer primero México, es más económico. Además es muy importante conocer nuestras ruinas, nuestro pasado, para así comprender el futuro.

Y pasan a presentar a "una gran figura internacional José José".

T: 4' 21"

Ti: Baila  
C: Iván (español)  
I: Electrónica  
L: Español

TIEMPO TOTAL: 19' 57"

T: 1' 50"

Juego de mesa maratón,  
Facultad de Contaduría,  
Servicio Militar, Tele  
novela "El Engaño".

TIEMPO TOTAL: 11' 40"

De hecho el programa se crea a base de imágenes de apoyo que son los video clips.

En este caso fueron siete. Cinco en español y una en inglés, y una musical solamente.

Tres de los videos no guardan relación entre la imagen y la música, en un caso se forza una historia y una video si tiene relación, lo que se canta y ve.

Las imágenes predominantes en los videos en español son los interiores de casas.

Un video es de caricaturas.

PROGRAMA: ALTA FRECUENCIA  
EMISION: L 050586

### COMENTARIOS

T: 42"

Los locutores indican que el video que sigue fue grabado totalmente en Italia, con muchos teclados, clara influencia de New Wave.

T: 2' 03"

El conductor comenta que como él no puede ser Iván nada más lo admira, le encanta la composición ya que los teclados están muy presentes.

Informan la dirección e invitan a que los televidentes escriban.

Se dice que se trata de un programa para niños, adolescentes y adultos.

"Mañana el programa está dedicado a ustedes".

TIEMPO TOTAL: 11' 36"

PROGRAMA: ALTA FRECUENCIA  
EMISION: Ma 060586

COMENTARIOS	MUSICA	COMERCIALES	ANALISIS DE VIDEO
T: 38" Entrada institucional.	T: 44" Presentación de cortos de video.	T: 1' 58" Barcel, Barcel, Recuerdos del mundial, K2, revista Claudia.	Los conductores se ubican en un "desván", lleno de cojines, plantas, discos y un stereo.
T: 1' Música Internacional aquí. Y ahora "People get ready"	T: 3' 32" Ti: People get ready C: Rod Stewart I: Electrónica L: Inglés	T: 2' 32" Poffets sabritas, Novedades, Show terror de Rocky, Dyango en Fiesta Palace, juego Maraton, Topacio.	Ambos visten muy a la moda, como los artistas de los videoclips.
T: 10" Se anuncia el video siguiente	T: 3' 50" Ti: Running up the hill C: Mate Bush I: Electrónica L: Inglés	T: 2' 22" K2, Adiós lagunilla adiós, Falsa crónica de Juana la loca, Vicky Carr en el Patio, el Disco de los Rollings Stone, Spot Canal 5.	Tomas predominantes: Plano General, Medium Shot y Two Shot.
T: 1' Como homenaje a México, y siendo más nacionalistas, les presentamos a Kerigma	T: 3' 43" Ti: Hamlet C: Grupo Kerygma I: Electrónica L: Español	T: 1' 37" Marinela, VideoVisa, Novedades, Disco de Ornela Varoni.	La estructura del programa se basa principalmente en los videoclips.
T: 1' 18" Los conductores comienzan a hacer una especie de juego lingüístico, al mezclar palabras en inglés. Hablen y escriban acerca de las palabras como Halloween, dicen. El conductor, comenta que se habla del día de muertos que es la tradición mexicana.	T: 4' 38" Ti: Tiempo Perdido C: Grupo Cheap Trick I: Electrónica L: Inglés	T: 1' 33" Disco del Papa, El Puma en el auditorio, Adiós Lagunilla Adiós,	Se presentaron cuatro en inglés y dos en español.

PROGRAMA: ALTA FRECUENCIA  
EMISION: Ma 060586

COMENTARIOS

T: 1' 10"

Se recomienda leer la carta que Oscar Athié escribió en la contraportada de uno de sus discos.

Se dice además que este cantante tiene tanta fuerza, que su hermana, ya empezó a sobresalir.

T: 1' 19"

Se comenta que vinieron a México, Sergio y Stivalis, que son parientes de Mocedades.

T: 2' 50"

Se mencionan algunos grupos y cantantes que han ganado Grammys.

Despiden el programa

MUSICA

T: 2' 48"  
Ti: Motivame  
C: Grupo Astro Nuevo  
I: Electrónica  
L: Español

T: 4' 22"  
Ti: Forever  
C: Kenny Loggins  
I: Electrónica  
L: Inglés

COMERCIALES

La tienda de los horros.

T: 1' 57"  
A qué muchachita, Distribuidora O'Farrill, Marraquesh, Magnum.

ANALISIS DE VIDEO

En este caso se trató de seis video-clips.

De los cuales dos fueron en español y cuatro en inglés.

Dos videos si guardan relación entre la imagen y la canción. Dos no tienen relación. Y los otros dos sólo se concretan a tomar a los cantantes.

Las tomas predominantes de los videos son en interiores, salvo en el caso de un video extranjero, que se hace en exteriores.

El último video utiliza, el blanco y negro, y luego pasa al color, como parte de los efectos.

TIEMPO TOTAL: 9' 25"

TIEMPO TOTAL: 23' 37"

TIEMPO TOTAL: 11' 59"

PROGRAMA: ALTA FRECUENCIA  
EMISION: Vi 090586

### COMENTARIOS

T: 23"  
Entrada Institucional y presentación de un video.

T: 55"  
Anuncian los locutores que habrá videos mágicos, y mencionan que gracias a la técnica se ven a los artistas como si estuvieran en vivo, se supera el pasado.  
Se enfatiza que es un programa para niños y adolescentes.

T: 1' 52"  
Se comenta sobre el video de Billy Joel que sirvió para juntar fondos para la lucha contra el suicidio de los jóvenes. Y se anuncia el siguiente video, mencionándose que se trata de un artista que surgió de Valores Juveniles.

### MUSICA

T: 39"  
Entrada institucional con música

T: 4' 57"  
Ti: Only human  
C: Billy Joel  
I: Electrónica  
L: Inglés

T: 3' 08"  
Ti: Dile que vuelva  
C: Mario Castelli  
I: Electrónica  
L: Inglés

T: 4' 02"  
Ti: Amándote  
C: Laureano Brisuela  
A: Laureano Brisuela  
I: Electrónica  
L: Español

T: 4' 12"  
Ti: Bella  
C: Manuel Mijares  
I: Electrónica  
L: Español

### COMERCIALES

T: 3' 24"  
Barcel, Videovisa, Novedades, Series del mundial y programa especial.

T: 2' 03"  
Fanta, Marinela, K2, Patio-Vicky Carr, None das del mundial.

T: 2' 48"  
Juego Maratón, Show de terror de Rocky, Cable visión, Exposición Rufino Tamayo, Dyango en el Fiesta Palace, Disco de Marco Antonio Vázquez, Coca Cola.

T: 2' 22"  
Disco Rolling Stones, K2, Obra de teatro ¡A que muchachita!, Película Adiós Lagunilla Adiós.

### ANALISIS DE VIDEO

Se presentaron siete video-clips. De los cuales cinco fueron interpretados en español y dos en inglés.

Cuatro videos no guardan relación entre el audio y la imagen.

Los otros tres por momentos vinculan la imagen y el audio.

Las imágenes predominantes en los videos fueron los exteriores combinados con interiores.

En un caso se utilizó una película para ilustrar el video.

PROGRAMA: ALTA FRECUENCIA

EMISION: Vi 090586

COMENTARIOS

T: 41"

Elogian el estilo y canto de Mario Casteli, y comentan que Laureano Brisuela es muy talentoso.

T: 1' 32"

Nuevamente señalan que Brisuela es muy talentoso y que poco a poco encauza sus cualidades, se indica que él mismo compone y arregla sus piezas.

Y anuncian a Manuel Mijares con su videoclip mencionando que fue del coro de Emmanuel.

T: 2' 10"

La animadora comenta que ella participó en el video de Manuel Mijares, en la producción. Los conductores comentan que a raíz de las canciones se crean conceptos o historias lineales en los videos y presentan a Lucerito como una niña linda que va evolucionando.

MUSICA

T: 3' 17"  
Ti: Fuego y Ternura  
C: Lucerito  
I: Electrónica  
L: Español

T: 3' 52"  
Ti: Viviendo en América  
C: James Brown  
I: Electrónica  
L: Inglés

T: 3' 52"  
Ti: De la cabeza a los pies  
C: José Luis Duval  
I: Electrónica  
L: Español

TIEMPO TOTAL: 23' 28"

COMERCIALES

T: 1' 47"  
Conjunto Marraquesh,  
Hotel Acapulco Ritz,  
Disco de Boleros, Dis-  
tribuidora O'Farrill

T: 2' 25"  
Película Adiós Laguni-  
lla Adiós, Disco de Pe-  
drito Fernández, Escue-  
la Naval, Facultad de  
Contaduría y Adminis-  
tración UNAM, Telenove-  
la El Engaño.

TIEMPO TOTAL: 12' 01"



PROGRAMA: ALTA FRECUENCIA

EMISION: 090586

### COMENTARIOS

T: 1' 16"

Se comenta que Fuego y Ternura es lo que un enamorado debe man tener, y uno a otro se pregunta a qué edad fueron a la primera discoquete, señalan que la música disco es una música kilométrica con un mismo "beat-ritmo".

T: 1' 52"

Comentan que la canción de James Brown es la "típica canción mala" que no tiene posibilidades, y señalan que el alcan ce "tremendo" para una canción son los videos.

T: 1' 18"

Se despiden los conductores y uno de ellos comenta que va a ir a un bazar a ver si se enamora de alguien con jeans.

TIEMPO TOTAL: 11' 59"

PROGRAMA: ALTA FRECUENCIA

EMISION: 120586

COMENTARIOS

MUSICA

COMERCIALES

ANALISIS DE VIDEO

T: 2' 48"

Los conductores comentan entre si como les fue el día de las madres. Agradecen las cartas del público y presentan el primer video.

T: 1' 26"

El conductor señala que Veracruz es un estado muy bello, con música muy alegre y lugares hermosos, además de que Yuri es de allí.

La conductora comenta que para conocer lugares y otras cosas, el video es un amigo dinámico.

T: 1' 48"

Los conductores comentan que nuestra cultura regrese a las costumbres orientales, que Yoshio va para Japón, y como él diversos artistas nacionales que han llegado a la cima, con un gran éxito.

T: 3' 05"

Ti: Mujer Frágil

C: Electrónica  
I: Inglés  
L: Inglés

T: 4' 05"

Ti: Camarero  
C: Enrique  
I: Electrónica  
L: Español

T: 2' 53"

Ti: Walk of life  
C: Dire streets  
I: Electrónica  
L: Inglés

T: 2' 55"

Ti: Me voy a ir  
C: Napoleón  
I: Electrónica  
L: Español

T: 3' 14"

Ti: Say it again  
C: Carlos Santana  
I: Electrónica  
L: Inglés

T: 2' 03"

Pepsi, Videovisa, Scribe, Monedas del mundial, Disco de los Rolling Stone.

T: 2' 25"

Novedades, Recuerdos del mundial, Disco de Pedro Fernández, Sanborns, Telenovela Topacio.

T: 1' 36"

Marinela, Show de Terror de Rocky, K2, Programas musicales del 5

T: 1' 50"

K2, Vicky Carr en el Patio, Escuela militar de enfermeras, Simplificación administrativa.

T: 2' 15"

Adiós, Lagunilla Adiós, Coca Cola, Acapulco Ritz, Obra de teatro ¡A qué muchachita!

Se presentaron ocho videoclips de los cuales cuatro fueron interpretados en español y cuatro en inglés.

Tres videos no guardaron relación entre el audio y la imagen, dos si guardan la relación, y dos por momentos nada más.

Las imágenes predominantes en los videos fueron los exteriores.

PROGRAMA: ALTA FRECUENCIA  
EMISION: 120586

COMENTARIOS

MUSICA

COMERCIALES

Presentan el siguiente video se  
ñalando que se trata de un excē  
lente mexicano con canciones de  
gran mensaje: Napoleón.

T: 46"

Se comenta que los videos del  
programa son de artistas con  
"enormes éxitos" como Carlos  
Santana, quien es un gran músi-  
co mexicano.

T: 1' 14"

Los conductores comentan que la  
mujer tiene tantas posibilida-  
des de desarrollarse como el  
hombre, como lo hizo Simone de  
Beauvoir, por ello presentan a  
Lucía Méndez.

T: 12"

Se comenta que existe mucha in-  
fluencia latina en la música  
contemporánea.

T: 1' 18"

Se dice que las frases tiernas  
con mucho significado son gran-  
des detalles, y presentan a San-  
dra Diego de Argentina.

T: 2' 22"  
Ti: Amor volcánico  
C: Lucía Méndez  
I: Electrónica  
L: Español

T: 2' 45"  
Ti: Doctor Beat  
C: Miami Sound Machine  
I: Electrónica  
L: Inglés

T: 4' 30"  
Ti: Te necesito  
C: Sandra Diego  
A: Rafael Bustamante  
I: Electrónica  
L: Español

T: 1' 22"  
Distribuidora O'Farrill  
Película Adiós Laguni-  
lla Adiós, Lila Dencken  
en un centro nocturno.

PROGRAMA: ALTA FRECUENCIA

EMISION: 120586

COMENTARIOS

MUSICA

COMERCIALES

T: 1' 38"

Uno de los conductores dice que  
pudo ver en vivo a Sandra Diego  
y que le pone mucha ilusión a  
lo que hace. Se despiden e in-  
vitan al telespectador a ver el  
programa siguiente.

TIEMPO TOTAL: 11' 10"

TIEMPO TOTAL: 25' 44"

TIEMPO TOTAL: 13' 11"

PROGRAMA: ALTA FRECUENCIA

EMISION: Mi 210586

COMENTARIOS

MUSICA

COMERCIALES

ANALISIS VIDEO

T: 2' 10"

Entrada Institucional.

El conductor le comenta a su compañera que viene vestida de rojo porque va a torear.

A lo que la conductora le dice que es hora de comenzar, que no hay de otra.

T: 1' 48"

Comentan que Julian Lenon acaba de sacar un nuevo album y que pronto se escuchará por aquí.

Agradecen las cartas que les en vían y señalan que les piden producciones muy nuevas. Presentan el primer video comentando que Elton John logró rebazar la cortina de hierro en la URSS, que tiene gran simpatía, que ha ta se ha vestido de pato.

T: 1' 12"

Tras el video de Elton John comentan que cuenta con una gran colección de lentes. Y pasan a platicar acerca del grupo Wham.

T: 3' 49"

Ti: Nikita  
C: Elton John  
I: Electrónica  
L: Inglés.

T: 2' 56"

Ti: Me quieres coto-  
rrear  
C: Kenny y los eléc-  
tricos.

A: Ricardo Ochoa-Ken-  
ny  
I: Electrónica  
L: Español

T: 3' 44"

Ti: Es sólo amor  
C: Tina Turner y  
Brian Adams  
I: Electrónica  
L: Inglés

T: 3' 50"

Ti: Palabra de honor  
C: Luis Miguel  
I: Electrónica  
L: Español

T: 2'

Marinela, Show de te-  
rrior de Rocky, disco  
de Rolling Stone, SEP,  
telenovela Topacio.

T: 2'

Milo, K2, Acapulco  
Ritz, La tienda de los  
horrores, Disco de  
Agustín Lara (Junior).

T: 2' 22"

K2, Novedades, Museo  
Rufino Tamayo, San-  
borns, Identificación  
canal.

T: 2' 05"

Videovisa, Conjunto Ma-  
rraques, A qué mucha-  
chita, película Adiós  
Lagunilla Adiós.

T: 2' 17"

Disco de los Buckis,  
Viditron, K2, boletos  
para el mundial

Se presentaron siete video clips de los cuales cuatro fueron interpretados en es-  
pañol, y tres en inglés.

Dos videos no guardaron re-  
lación entre el audio y la  
imagen. Dos sí, y dos por  
momentos.

La imágenes predominantes  
en los videos, fueron los  
interiores.

PROGRAMA: ALTA FRECUENCIA  
EMISION: Mi 210586

COMENTARIOS

MUSICA

COMERCIALES

ANALISIS VIDEO

T: 1' 47"

Para presentar el video de Ken-ny y los eléctricos comentan que ella es de Guadalajara, y que como Pat Betatan toca con su esposo, se dice que es un rock hecho en México.

Presentan el video siguiente anunciándola como una gran mu-jer en concierto, Tina Turner.

T: 1' 36"

Los conductores comentan sobre la relación de Tina Turner y Emmanuel en un video para un co-mercial, y señalan que Emmanuel no se queda nada atrás.

Anuncian el video siguiente co-mo el de un excelente cantante de "rock" mexicano, y lo felici-tan por su pasado cumpleaños, Luis Miguel.

T: 3' 39"  
Ti: Reacción en cadena  
C: Diana Ross  
I: Electrónica  
L: Inglés.

T: 2' 55"  
Ti: Más  
C: José José  
I: Electrónica  
L: Español

T: 2' 23"  
Ti: Yo te pido amor  
C: Yuri  
I: Electrónica  
L: Español

T: 2' 23"  
Monedas del mundial,  
Disco del mundial.  
Gobierno, serie poli-  
cía de canal 5.

TIEMPO TOTAL: 23' 16"

TIEMPO TOTAL: 13' 07"

PROGRAMA: ALTA FRECUENCIA  
EMISION: Mi 210586

PROGRAMA: ALTA FRECUENCIA  
EMISION: Mi 210586

### COMENTARIOS

T: 1' 56"

El animador indica que Luis Miguel tiene dos nacionalidades, además comenta que ha cambiado mucho. Para presentar el video de Diana Ross comentan que vivió en una familia con seis hermanos, que cantó con las Supremas, además de que ha sido un fuerte apoyo para Michel Jackson.

T: 1' 42"

Los conductores hacen una remem-branza sobre las canciones de hace 10 años del Hit Parade, así como de la película "El hombre que cayó de la tierra".

Para presentar el video de José José dicen que es el rey de la balada romántica en México.

### COMENTARIOS

T: 1' 08"

El conductor dice que las mujeres son abusadoras y que está de acuerdo con Laura León. Señaló que 1986 ha sido un año de éxito para las mujeres, y como ejemplos menciona a Pandora, Flans, Yuri, y precisamente de ésta última presentan el video siguiente.

T: 1' 12"

Se despiden del programa y comentan que el próximo programa tendrán a tres grandes, Emmanuel, Flans y una sorpresa.

TIEMPO TOTAL: 14' 31"

Horario: 17:00-18:00 hrs.

Canal: 13

Periodicidad: diaria

Programas entre los que se ubica:

La reina de los mil años (caricaturas) y México desconocido  
o Este es México

Logotipo: no tiene

Slogan: Sólo con el corazón se puede ver bien, lo esencial es  
invisible a los ojos

Conductor: Sergio Romano

Producción: Patricia Navarrete

Presentación de la música: Grabaciones en vivo

Estructura general del programa:

Conductor - música - conductor - música - promocionales.



PROGRAMA: LO MEJOR DE MUSICA Y ALGO MAS  
EMISION: V 020586

COMENTARIOS

T: 7' 42"

Sergio Romano y su invitado José Romano, hablan de la obra de Joan Manuel Serrat catalogándola como un trabajo musical complejo, se trata de poesías, que intercalan letra en la música.

Su nuevo LP, el Sur también existe es una reflexión ante el problema del armamentismo, la guerra de las galaxias. Esta reflexión es importante ya que el mundo está dividido en Norte y Sur, en donde por lo regular los grandes religiosos, visionarios han estado en el Sur.

Es como una separación entre mundo espiritual y concreto, de hecho las grandes culturas se inician en el Sur, pero la tecnología nos cambia la jugada. Pero la tecnología no es la felicidad, por ello son tan importantes los proyectos filosóficos.

MUSICA

T:  
Ti: Cantares  
C: Felipe Fernández  
A: Joan Manuel Serrat  
I: Guitarra  
L:

T: 1' 08"  
Ti: 4 Vidas  
C: Elda y Enrique  
A:  
I: Guitarra  
L: Bolero romántico

COMERCIALES

T: 1' 08"  
Escuela Naval-Programa "Algo Especial"

T: 1' 01"  
Soya-Programa Blanco y Negro

OTROS

Tomas Predominantes: Medium Shot

PROGRAMA: LO MEJOR DE MUSICA Y ALGO MAS  
EMISION: V 020586

COMENTARIOS

T: 3' 08"

Se caracterizan a los hombres del Sur y del Norte.

T: 7' 39"

Serrat es el creador de la corriente iberoamericana de canto, y expresa otro modo de ver la vida cotidiana. Romano intercala el comentario: "Laura mi hija llegó tarde", Continuando con Serrat hay que decir que su mundo es interesante, comenta el conductor.

T: 3' 08"

Lo mejor de música y algo más es la recreación de algunas cosas antiguas, en donde justifico y comparto mis convicciones esperando sirvan de algo. Despide el programa.

TIEMPO TOTAL: 23' 55"

MUSICA

T: 07' 14"

Ti: Despierta Paloma, Telegrama y Dos luceros.

C: Jorge Buenfil (Nueva Trova Yucateca)

A: Jorge Buenfil, Coqui, Paloma

I: Guitarra

L: Románticas (con metáforas)

T: 2' 05"

Ti: Amar y Vivir

C: Martha Ventura

A: Consuelo Velázquez

I: Piano, Bateria, Bajo, Flauta

L: Bolero romántico

T: 2' 45"

Ti: Como un Corrión

C: Felipe Fernández

A: Joan Manuel Serrat

I: Guitarra

L: Metafórica

T: 3' 16"

Ti: Siempre viva

C: Imelda y Enrique

A:

I: Guitarra

L: Bolero romántico (popular)

TIEMPO TOTAL: 16' 28"

COMERCIALES

T: 32"

Exposición en Palacio Legislativo

T: 1'

Facultad de Contaduría UNAM-  
IMEVISION

TIEMPO TOTAL: 4' 14"

PROGRAMA: LO MEJOR DE MUSICA Y ALGO MAS  
EMISION: L 050586

COMENTARIOS

T: 3' 30"

Sergio Romano comenta que la televisión se ha ido convirtiendo en instrumento de desintegración familiar, a través de las videocaseteras, las parabólicas, los videobar y videodisco.

"Yo poseo mi verdad, no la de usted", argumentó Romano.

El objetivo de lo mejor de música y algo más, es brindar lo mejor en la parte final.

Y propone como tema a platicar: La cultura.

T: 4' 12"

El locutor comenta que la cultura es simplemente lo que se cultiva, sin embargo nuestras generaciones hemos confundido el término.

Ya que por ejemplo, en televisión programas culturales, son extranjeros con alto nivel de intelectualidad, se habla siempre en abstracto.

El hombre es el "provocador" de cultura. Hasta lo más simple y sencillo, conlleva actos culturales, hasta la diversión. Nuestro problema es el complejo que tenemos con Europa, en el aspecto cultural.

MUSICA

T: 3' 20"

Ti: Te seguiré  
C: Norma Cecilia

A:  
I: Guitarra y flauta  
L: Romántica

T: 3' 28"

Ti: Hombre en el tiempo  
C: Rosa Guadalupe  
A: Cela y Tejada López  
(Argentina)

I: Guitarra  
L: Reflexión acerca de la  
esencia humana

COMERCIALES

T: 1'

Simplificación Administrati  
va, Programa "El conocimien  
to del hombre".

T: 1' 13"

Escuela Naval, Programas  
"Transformes"

ANALISIS

Tomas Predominantes  
Medium Shot

PROGRAMA: LO MEJOR DE MUSICA Y ALGO MAS  
EMISION: L 050586

COMENTARIOS

T: 4' 32"

Romano dice que nuestro reto es el "pau-  
neuropeismo", ya que todo es Europa. Es  
ta concepción nace con Herodoto, ya que  
como griego, dice, yo lo voy a ver todo  
desde mi perspectiva. Sin embargo hay  
diversidad de culturas pasivas o acti-  
vas, pero diversas, no hay culturas peo-  
res o mejores, todo es cultura.

T: 1' 21"

La parte de "En concierto", es como el  
comentario libre de un cantante.

T: 3' 31"

El tema de la cultura es muy vasto, no  
hay que tenerle miedo.  
La colectividad tiene la posibilidad de  
crear y producir cultura. Los analfabe-  
tos no son incultos (purepechas) hay  
grados de cultura.  
El tema es difícil para un programa mu-  
sical, pero charlar es lo que a mí me  
interesa.

MUSICA

T: 2' 07"

Ti: María Cumbe  
C: "Dos mujeres" grupo  
A: Ricardo Arias  
I: Guitarras (2)  
L:

T: 7' 11"

Ti: Nomás contigo, Miénteme  
y Corazón Latino  
C: Paty Allende  
A:  
I: Orquesta  
L: Boleros románticos

T: 3' 24"

Ti: Canción del adiós  
C: Norma Cecilia  
A:  
I: Guitarra  
L: Nostálgica, romántica

COMERCIALES

T: 1'

T: 1' 07"

Soya-Noticiero "Siete Días"

T: 1'

Escuela Naval-Programa "La  
Fundación"

PROGRAMA: LO MEJOR DE MUSICA Y ALGO MAS

EMISION: L 050586

COMENTARIOS

T: 3' 22"

Las llamadas telefónicas muchas veces  
me atacan o dicen cosas muy chistosas.  
Como el criticar que le diga Junior a  
mi hijo, pero junior no es un apelativo  
americano, sino romano.

T: 27"

Gracias por aceptar mi charla, ojalá  
nos veamos de nuevo.

TIEMPO TOTAL: 21' 05"

MUSICA

T: 3' 01"

Ti: Pablo Pueblo  
C: Rosa Guadalupe  
A: Rubén Blades  
I: Guitarra  
L:

T: 2' 43"

Ti: El Corripipi  
C: Dos Mujeres (grupo)  
A:  
I: Guitarras (2)  
L: Metáforica

TIEMPO TOTAL: 27' 14"

COMERCIALES

T: 1'

Película "El Otro" - Progra  
rama "Película del Lunes"

TIEMPO TOTAL: 6' 20"

PROGRAMA: LO MEJOR DE MUSICA Y ALGO MAS  
EMISION: L 070586

COMENTARIOS

T: 3' 15"

Sergio Romano tiene como invitada a Victoria Eugenia, quien comenta que la mujer debe tener iniciativa, energía, debe ser guerrera conciente, que se deje de liberaciones que a nada conducen. Debes a ser tú, ser mujer, no machista, la mujer debe ser compañera, Simone de Beauvoir siempre fue mujer. Lo importante es ser un ser humano cabal, hay que ser guerrero en la vida sin miedo. Hay que aceptar la responsabilidad de ser.  
Tras estas reflexiones, Sergio Romano, comenta que el objetivo de lo mejor de música y algo más, es tener charlas con gente grata, es la parte final de la serie, pero también una visión futura.

T: 7'

No conocemos la república, es enorme. En Mazatlán hay gente muy amable a diferencia de Cancun, la gente está poco enterada de su zona. Y es que existe un serio problema de identidad no somos auténticos.

MUSICA

T: 2'

Ti: La calle donde vayas  
C: Javier del Valle

A:

I: Pista Instrumental  
L: Canción americana, en español

T: 3' 13"

Ti: Retrato

C: Mariño

A: Joan Manuel Serrat, Antonio Machado

I: Guitarras

L: Poema sobre el sentido de la vida

T: 2' 26"

Ti: Los coros de la Murga

C: Grupo mexicanto (2)

A:

I: Guitarras

L: Metáforas descriptivas de un lugar

COMERCIALES

T: 1' 08"

Salinas y Rocha, El conocimiento del hombre.

T: 1'

Soya, Espera a que llegue mamá

T: 1'

SCT, Día a Día

T: 1' 02"

Escuela Naval, La hora espectacular

T: 1'

Película, "El Otro", Casca-ritas musicales

ANALISIS DE VIDEO

Tomas predominantes:  
Medium Shot. Plano General.

Todos los artistas se presentan en el estudio.

Iluminación: Blanca fija

PROGRAMA: LO MEJOR DE MUSICA Y ALGO MAS  
EMISION: L 070586

PROGRAMA: LO MEJOR DE MUSICA Y ALGO MAS  
EMISION: L 070586

### COMENTARIOS

La invitada sostiene que la juventud mexicana trata de mantener su autenticidad.

El conductor sostiene que el joven tras pola valores, que están desfasados, no encuentran identidad, "Queremos ser como aquéllos del primer mundo. Y somos distintos México y EU".

La religión es una variante importante, en nuestros orígenes históricos. Nuevamente se reitera, uno de los objetivos del programa, que es abrir espacios para gente nueva y joven.

T: 5' 11"

Se habla del origen del capitalismo, y las diferencias entre las potencias que quistadoras de México y EU, Inglaterra y Francia.

Por otra parte México independiente comienza sin dinero, debiendo. Es importante ver las raíces históricas inmensas que pueden solucionar muchos problemas. Hay que conformar nuestras raíces. No se trata de crear unicamente ídolos, momentáneos, deportivos.

El cine y la televisión nos han vendido una imagen, que borra la de los vencidos que somos.

### MUSICA

T: 9' 22"  
Ti: Fiesta y Mara, La caca rita, La Pastora  
C: Grupo Olinka  
A: Varios  
I: Charango, kena, Bombo, cascabeles, Guitarras  
L: Música latinoamericana

T: 2' 03"  
Ti: Que clase de tonto soy  
C: Javier del Valle  
A:  
I: Guitarras  
L: Americana-Inglés pero en español

T: 3'  
Ti: Un canto a Galicia  
C: Mariño  
A:  
I: Guitarras  
L: Portugués-conocida

T: 2' 47"  
Ti: Y coincidir  
C: Grupo mexicanto  
A: Escolar  
I: Guitarra  
L: Reflexión sobre lo relativo de los límites

### COMENTARIOS

T: 32"  
Se anuncia el grupo en concierto.

T: 3' 52"

Volviendo a la identidad, los conductores comentan que Santo Tomás de Aquino, Agustín de Ipola, y Santa Teresa son ejemplos de gran fuerza guerrera.

El verdadero amor, es desprenderse del ego, para ser la plenitud del Universo, hay que preguntarse quien soy y a qué he venido. Llenáte de ego y rompe el corazón, es la apertura a nuevas posibilidades.

Todos los días son el día, el ayer ya pasó, esto es fundamental para la creación.

T: 5'

Me impresiona lo que sucede con la falta de esencia en las personas, siempre hay que preguntarse que se puede hacer por los demás. La misión es una conformación del ser.

PROGRAMA: LO MEJOR DE MUSICA Y ALGO MAS

EMISION: L 070586

### COMENTARIOS

El conductor dice que su misión, es tratar de entenderse, para la invitada su misión, es ser una mujer auténtica, que transmita mis ganas de vivir.

El pasado es sólo una referencia, no un anclaje ya que se convertiría en nostalgia.

T: 30"

Despedida.

TIEMPO TOTAL: 25' 20"

TIEMPO TOTAL: 24' 51"

TIEMPO TOTAL COMERCIALES: 6' 10"



PROGRAMA: LO MEJOR DE MUSICA Y ALGO MAS  
EMISION: L 120586

### COMENTARIOS

T: 1' 50"

Sergio Romano comenta que "Lo mejor de música y algo más" es el reciclaje de un material reciente, manteniendo un enfoque personal, sin tocar las manoseadas canciones de la radio. Sin embargo se comenta que como Música y algo más terminó, resta charlar en un monólogo donde "yo propongo el tema" dice Romano.

T: 6' 47"

El conductor hace referencia al periodista, historiador José Fuentes Mares, aludiendo a él como una persona derecha y de derecha, tipificada, petrificada. Era una persona que negaba la validez del mundo prehispánico. Para el conductor, el mundo se divide en hispanistas y los que defienden el mundo prehispánico, y señala que su postura es ecléctica ya que está en medio. Romano comenta que la conquista fue un azar y que México es un mosaico de culturas prehispánicas, con una visión constante de "hacer cultura". Así pues son tan valiosos los españoles como los prehispánicos.

### MUSICA

T: 2' 50"  
Ti: Que me perdone el mundo  
C: Chalico  
I: Guitarra acústica  
L: Español-bolero

T: 2' 45"  
Ti:  
C: Laramie  
I: Guitarra (eléctrica)  
L: Inglés-tipo Country

T: 9' 15"  
Ti: Una mujer, Colina Azul, Kansa City  
C: Javier de la Cueva  
I: Piano, guitarra, batería, trompeta  
L: 2 en español, 1 en inglés

T: 3' 27"  
Ti: Como duele  
C: Chalico  
A: Héctor Menceses  
I: Guitarra (acústica)  
L: Español-bolero

TIEMPO TOTAL: 21' 48"

### COMERCIALES

T: 1'  
Lotería Nacional, Programa El conocimiento del hombre

T: 1'  
Declaración anual, Simplificación administrativa, Programa La Fundación.

T: 1'  
Compañía Nacional de danza INBA, Imevisión en el mundial.

T: 58"  
Película "El Otro", Noticiero Siete Días.

T: 1'  
Festival del PSUM, Imevisión en el mundial.

TIEMPO TOTAL: 6' 28"

### ANALISIS DE VIDEO

Se presenta a un roquero vestido muy formal, con traje y corbata, al igual que sus músicos.

Los artistas que se presentan están grabados en estudio.

Iluminación: Blanca Fija.

PROGRAMA: LO MEJOR DE MUSICA Y ALGO MAS  
EMISION: L 120586

### COMENTARIOS

T: 3' 56"

El conductor continua comentando sobre las batallas entre españoles y mexicas, y comenta que la guerra era un acto ritual. Las tribus mexicas veían en Cortés la posibilidad de libertad.

La conquista fue circunstancial, venimos de una doble extirpe de grandes señores.

Sergio Romano comenta que Laramie es un excelente cantante y lo hace en inglés, pero ello no es tanto problema dado que la música en español al fin de cuentas es también extranjera.

T: 1' 50"

Romano dice que las tesis españolas son tan buenas como las prehispánicas. Anuncia el momento de "en concierto", momento musical que inventaron él y Patricia Navarrete la productora. Señala que Javier de la Cueva fue el primer roquero de México.

### MUSICA

T: 3' 31"

Ti: It's all right

C: Laramie

A: Bob Dylan

I: Guitarra (eléctrica)

L: Inglés

### COMENTARIOS

T: 3' 28"

Romano comenta que se trata de un programa grabado, con baladas antiguas, y aprovecha para contestar telefonemas que quedaron archivados, señala que Lo mejor de música y algo más, pronto desaparecerá, que contó con 121 participantes en 2 años y medio, para un total de 626 programas.

T: 8' 39"

El conductor retoma nuevamente el tema españoles indígenas, señalando que ambas culturas tienen grandes cualidades. Pero que sin embargo el mestizaje aún nos duele, queremos que nos crean extranjeros y es un complejo que impide identificarnos con nuestras razas.

Romano pregunta que qué nos pasa como país, pero señala que no es Héctor Suárez, pero menciona que se trata de una buena frase.

El conductor comenta que los adolescentes están en la ruina con su grabadora con canciones de Juan Gabriel. El signo del mexicano es el "Querer no ser". No aceptamos el destino de nuestra extirpe.

PROGRAMA: LO MEJOR DE MUSICA Y ALGO MAS  
EMISION: L 120586

COMENTARIOS

T: 1' 26"

Romano comenta que han habido experimentos de radio indígena, pero que no se debe de tratar de regresar a un pasado, sino de crear una cultura. Finalmente despide el programa y señala que es una lástima que no haya retroalimentación.

TIEMPO TOTAL: 27' 56"

PROGRAMA: LO MEJOR DE MÚSICA Y ALGO MAS  
EMISION: M 130586

COMENTARIOS

MUSICA

ANUNCIOS

ANALISIS DE VIDEO

T: 4"

Saludan desde Morelia, al aire libre, y enfatiza que continúa la recapitulación que no es nostalgia.

Aida Errejón (acompañante) comenta que tienen un invitado que es Alfredo Luján. Sergio Romano señala que la televisión regional es un reto tecnológico y cuenta la historia del transmisor de Morelia, con anécdotas. Indica que es un programa grabado.

T: 5' 42"

Romano informa que lo que resta de Lo mejor de música y algo más se hará en Morelia, que para muchos capitalinos representa la tranquilidad. Además de que el programa se inició con gente que ahora está en Morelia.

Se muestran algunas obras arquitectónicas de Morelia aunando comentarios de ellas, como el hecho de que la primera Universidad del país se fundó en Morelia.

Se presenta la segunda pieza musical con Héctor Jalal y su orquesta, señalándose que son (para el conductor) el mejor grupo musical de México.

T: 3' 40"

Ti: Golondrina presumida  
C: Baby Bítiz  
A: Tomás Méndez  
I: Guitarra (acústica)  
L: Español, bolero

T: 2' 59"

Ti: What happen  
C: Héctor Jalal  
A: Michael Legrandt  
I: Orquesta "El árabe"  
L: Instrumental

T: 3' 18"

Ti: Para Cantarle a la vida  
C: Fernando Rojo  
A:  
I: Orquesta  
L: Español-balada

T: 10' 53"

Ti: Ahora me despido, Una emoción, un beso y un suspiro, Soy pan.  
C: Dos mujeres  
A:  
I: Guitarras (acústicas)  
L: Español-piezas de corte romántico

T: 1' 20"

Película Asalto en Tijuana, La Soya, y programa El cono cimiento del hombre.

T: 1' 05"

Declaración patrimonial, Imevisión en el mundial.

T: 58"

Película La Tierra prometi-da, Noticiario Siete Días.

T: 50"

Película Ratas de la Ciudad, INWA.

T: 1' 30"

Película El Otro, Imevisión en el mundial.

TIEMPO TOTAL: 5' 43"

A pesar de que los comentarios están grabados, en exteriores de Morelia, las piezas musicales son las que se grabaron en estudio para la primera parte de la serie.

La iluminación sigue siendo blanca fija.

PROGRAMA: LO MEJOR DE MUSICA Y ALGO MAS

EMISION: M 130586

#### COMENTARIOS

T: 8'

Romano menciona algunas de las grandes construcciones de Morelia, y señala que la Televisión no es el conductor, sino que el conductor es parte de la cadena televisiva.

El conductor indica que la televisión comienza desde la gente del aseo, y menciona algunas de las mujeres que laboran en la parte técnica de la televisión en Morelia.

También comenta Romano que él ya se siente ajeno a la Ciudad de México.

Se presenta a Fernanda Rojo como una cantante con grandes aptitudes a la que le hace falta limarle ciertos puntos.

T: 2' 01"

Se anuncia la presentación de un video de lo que es el centro de producción y señala, el conductor que el equipo del programa quieren a Imcevisión.

Se presenta al dueto Dos Mujeres en con cierto.

#### MUSICA

T: 3' 15"

Ti: Vete de aquí

C: Baby Bátiz

A: Héctor Meneses

I: Español-corte romántico

T: 2' 40"

Ti: Así es la vida

C: Fernanda Rojo

A: Lila Deneken

I: Orquesta

I: Español

TIEMPO TOTAL: 26' 45"

PROGRAMA: LO MEJOR DE MUSICA Y ALGO MAS  
EMISION: M 130586

#### COMENTARIOS

T: 2' 38"

Romano comenta anécdotas de algunas personas que laboran en Imevisión, y de cómo surgió él.

T: 2' 08"

Platica finalmente (Sergio Romano) de algunas flores de Michoacán, saluda a algunos amigos y se despide.

TIEMPO TOTAL: 24' 29"

Horario: 8:00-9:00 hrs.

Canal: 7

Periodicidad: dominical

Programas entre los que se ubica:

La risa loca y Aventuras de pulgarcito

Logotipo: no tiene

Slogan: no tiene

Conductor: Felipe Vera

Producción: José Luis Peregrina

Presentación de la música: En vivo

Estructura general del programa:

Conductor - música - invitados musicales - música - actividades artísticas - promocionales.

PROGRAMA: PARA BAJITOS

EMISION: D 040586

COMENTARIOS

T: 3' 06"

Felipe Vera conductor presenta programa e invitados. Menciona que se construirán instrumentos indígenas, y sugiere que los padres lleven a los "bajitos", a las pirámides.

T: 1' 19"

T: 2' 22"

T: 2' 46"

En estas intervenciones el conductor presenta a los niños que van a cantar, les pregunta nombre, quien los llevó al programa, que si van a la escuela, que hacen, etc.

Algunas de las respuestas fueron: "Vivo en Perisur", "Quiero dibujar una ambulancia".

T: 1' 01"

Se dirige a la mesa donde los niños construyen instrumentos musicales y los ayuda.

T: 1' 14"

T: 1' 34"

Saluda a los que llaman por teléfono, y pide opiniones. Presenta al invitado "Luis Pérez" y Música indígena, con instrumentos indígenas.

MUSICA

T: 1' 11"

Ti: Caminito a la escuela

C: Lupita

A: Cri Cri

L: Animales rumbo a la escuela, no baile

T: 39"

Ti: La rata vieja

C: Niña

A: Escuela preescolar

L: Una rata hace quehacer

T: 39"

Ti: La Virula

C: Mariano

A:

L: Bicicleta

T: 1' 25"

Ti: Coco no hay

C: Juan Carlos

A:

L: Movimientos para bailar, pero no baila

COMERCIALES

T: 1'

Capsula sobre el Cometa Halley

T: 1'

Artesanías, CONALEP

OTROS

Escenografía alusiva a motivos indígenas, a base de pintura y papel

Al mismo tiempo que los niños cantan, en un recuadro a cuadro se toman a los papás.



PROGRAMA: PARA BAJITOS

EMISION: D 040586

COMENTARIOS

T: 3' 10"

Luis Pérez explica que la música indígena se tocaba antes de los españoles. Explica que la flauta que imita los sonidos de la naturaleza se llama Apitzalli, muestra sonidos con diferentes instrumentos. Las maracas representan fertilidad, por ello tienen semillas y se llaman ayacatztlí, el hem tej es una especie de trompeta maya. Se enfatiza que es importante que los bajitos lo sepan, y vean.

T: 1' 14"

El conductor presenta un baile indígena de Sonora, que baila uno de los bajitos, menciona que la tradición del baile es familiar.

T: 3' 18"

El conductor pregunta al bajito bailarín que donde trabaja su papá, lee teléfono mas, y presenta a otro bajito.

MUSICA

T: 33"

Ti: Muñequita Linda  
C: Alison  
A: Agustín Lara  
L: Romántica, no baila

T: 1' 04"

Ti: Papá Elefante  
C: Jorge Eduardo  
A: Cri Cri  
L: Plática entre papá e hijo elefante

T: 53"

Ti: Mamcita Buena  
C: Carla  
A:  
L: Felicitaciones a mamá

T: 2' 40"

Ti: Música Indígena  
C: Luis Pérez  
L: Instrumentos indígenas del artista y su grupo  
L: Menciona colores y juegos

ANALISIS DE VIDEO

Tomas predominantes  
Close Up., M.S. P.G.

Luces:  
Solo se usa luz blanca, sin variar intensidad, ni color

PROGRAMA: PARA BAJITOS

EMISION: D 040586

COMENTARIOS

T: 1' 53"

Presenta otro niño, el cual comenta que la maestra le enseñó la canción.

T: 1' 34"

T: 1' 45"

T: 1' 11"

T: 1' 16"

Presenta a más niños cantantes, el conductor, y hace énfasis, de que se trata de que los niños hagan lo que quieran, que canten o realicen otras actividades. El conductor indica que hoy hay más tiempo que el acostumbrado, y comenta que la juventud tiene muchos enfoques para mirarse.

T: 1' 42"

Felipe Vera va a observar la construcción de flautas.

T: 4' 51"

El conductor indica que la música de bajitos es importante, pero también su pintura, y va con los niños a que describan sus dibujos. Pregunta a niños televidentes, que si no les gustaría bailar danzas autóctonas.

MUSICA

T: 1' 59"

Ti: Danza del Venado (baile)

Bailarín: Marcial Efren

I: Disco

T: 43"

Ti: Mamacita

C: Rae

A:

L: Amor a mamá

T: 26"

Ti: Cinco changuitos

C: Alejandro

T: 1' 57"

Ti: El Estado de México

C: Mariana

A: Himno del estado.

T: 40"

Ti: Un día de Primavera

C: Adrian

T: 1' 40"

Ti: El Zoológico

C: Brenda

A: Cri Cri

L: Desfile de animales

ANALISIS VIDEO

PROGRAMA: PARA BAJITOS

EMISION: D 040586

COMENTARIOS

T: 3' 16"

Lee telefonemas y menciona que hay una sorpresa con el artista invitado.

T: 3' 10"

Indica que hay que llevar a los bajitos a los museos, ya que son importantes las riquezas del país.

Le pregunta a Luis Pérez, si ha grabado algo, y dan el número telefónico para conseguir los discos.

Se recalca, que en épocas anteriores hay cosas importantes.

T: 2' 39"

El conductor pide que escriban, que se inscriban, y hablen de sus lugares de origen.

T: 18"

Felipe Vera despide el programa.

TIEMPO TOTAL: 44' 38"

MUSICA

T: 1' 10"

Ti: Papá Elefante

C: Niñas (2)

A: Cri Cri

T: 42"

Ti: La gotita de agua

C: Cinthya

A:

L: La gotita se mueve por diversos lados

T: 4' 40"

Ti: Intoltecatl (Nahuatl)

C: Luis Pérez, sus músicos y los niños con instrumentos

L: Los bienes del artista

I: Solo instrumentos indígenas, no cuerdas.

T: 36"

Ti: Las Flores

C: Juan Carlos

A:

IMAGENES DE APOYO

En la participación de Luis Perez, se apoya con imágenes de pirámides mexicanas.

TIEMPO TOTAL COMERCIALES: 2'

PROGRAMA: PAPA BAJITOS

EMISION: D 040586

COMENTARIOS

MUSICA

T: 3' 05"  
Ti: Danza de la lluvia  
C: Luis Pérez  
A: Música indígena  
L: No cantada  
I: Instrumentos indígenas.  
Todos los niños bailan.

TIEMPO TOTAL: 25' 02"

Nota: La instrumentación, de todas las canciones que cantan, los bajitos, la realizan en vivo los músicos de la orquesta del programa.

PROGRAMA: PARA BAJITOS

EMISION: D 110586

COMENTARIOS

T: 4' 02"

El conductor saluda, y anuncia como tema del programa, "La lluvia".

La lluvia es muy importante, para que los campesinos tengan una buena cosecha, además crecen las plantas y flores. Y para cantar sobre la lluvia y otras cosas, nuestras invitadas son Kitzia y Gabriela, pero antes Felipe Vera le pregunta a una niña porque le gusta la lluvia,

R: "Porque hace aire"

La primera canción, está a cargo de Kitzia y Gabriela.

Las invitadas comienzan a realizar sonidos de animales, para imaginar que están en el campo.

T: 5' 56"

Conductor presenta a los miembros de la orquesta (piano, batería, bajo, violín)

Presenta a la primera niña cantante, platican sobre la lluvia, y la niña dice que no se quiere mojar, y que la canción se la aprendió ella solita.

MUSICA

T: 2' 47"

Ti: Campo en lluvia

C: Kitzia y Gabriela

A: " "

L: Situaciones que se presentan con la lluvia en un campo.

I: Marimba, guitarra, kena y percusiones.

T: 31"

Ti: Cutzi Cutzi araña

C: Izumi

A:

L:

T: 25"

Ti: Estudiantina

C: Carlos

A: /

L: Descripción de estudiantina

T: 54"

Ti: La Patita

C: Maraimé

A: Cri Cri

L: Crisis familiar de una familia de patitos.

COMERCIALES

T: 50"

Capsula sobre Cometa Halley

T: 1'

SEP, IMEVISION

ANALISIS DE VIDEO

La escenografía del estudio es sobre un campo con gotas de lluvia.

Las invitadas visten, camisas sencillas, con bufanditas, no se pintan y traen su cabello suelto, largo.

El atril donde cantan los niños simula un kiosco con flores.

PROGRAMA: PARA BAJITOS

EMISION: D 110586

COMENTARIOS

T: 1' 36"

El conductor da los teléfonos en estudio, y pregunta a los bajitos, si quieren pintar.

T: 3' 38"

Al platicar con uno de los niños cantantes, le pregunta el conductor, qué le gusta hacer y comer y las respuestas son: "dibujo e ilumino en la escuela, y me gustan las zanahorias con sal y limón".

T: 1' 10"

Felipe Vera hace alusión a los inicios del programa, ya que al empezar se contaba sólo con media hora, y hoy se cuenta con una hora o más.

T: 49"

Se invita a todos los niños que quieran ir al programa, aunque no deseen cantar

MUSICA

T: 51"

Ti: El Chorrillo

C: Julio

A: Cri Cri

T: 16"

Ti: Mamá

C: Mario Luis

A:

L: Expresión de amor hacia mamá

T: 1' 24"

Ti: Los muñecos

C: Karla

A: Cri Cri

L: Desfile de muñecos

T: 2' 25"

Ti: Grillito Amigo

C: Kitzia y Gabriela

A: " "

L: Aventuras de un grillito

I: Flauta, Marimba, guitarra, percusiones

T: 1' 08"

Ti: Mamá gata y cinco ratoncitos

C: Erika

ANALISIS DE VIDEO

Tomas predominantes: C.U., Plano General, Medium Shot

Utilización Luces

Sólo se usan reflectores blancos, con luz constante

PROGRAMA: PARA BAJITOS  
EMISION: D 110586

PROGRAMA: PARA BAJITOS  
EMISION: D 110586

COMENTARIOS

MUSICA

COMENTARIOS

T: 33"

Se anuncia que se está transmitiendo desde el estudio tres, y se presenta una nueva canción de Kitzia y Gabriela

T: 7' 47"

Los niños que pintan, explican sus pinturas al conductor

- 1a. Es una casita y soles
- 2a. Es un arcoiris, una muñeca y una cruz roja
- 3a. Es un arcoiris
- 4a. Es un pasto
- 5a. Es una lluvia

Al presentar su canción, "Grillito amigo", Kitzia y Gabriela, señalan los nombres de sus instrumentos: triángulos, trótalos, metalófono.

T: 1' 28"

Conductor lee felicitaciones y presenta un nuevo bloque de niños cantores

T: 27"

Ti: Los Cerillos  
C: Rubén  
A:

T: 27"

Ti: Los tres cochinitos  
C: Moises  
A: Cri Cri

T: 17"

Ti: Pastores a Belén  
C: Chanito  
A: Canción popular navideña

T: 1' 08"

Ti: Amor Chiquito  
C: Esther  
A:  
L:

T: 56 " y 45" = 1' 51"

Ti: La rata vieja  
C: Luis Manuel y Priscila, separadamente, en su oportunidad se rehusan a cantar, aunque la música los está acompañando

T: 5' 15"

Al ir presentando a los niños que cantan y platican con ellos, el conductor comenta, que ojalá recordáramos seguir siendo niños

T: 13"

El conductor comenta que aunque se llenan de pintura los niños, se divierten

T: 7' 18"

El conductor dice que del otro lado del estudio los niños, están haciendo muchas cosas. Manda saludos.

Kitzia y Gabriela introducen mediante juegos y sonidos, su canción, "Las víboras y los alacranes"

T: 4' 08"

Felipe Vera dice que la canción de las invitadas es bonita y que se encuentra en el LP de Kitzia y Gabriela

El conductor hace alusión a la armonía y felicidad con que los niños disfrutaron el programa e invita a los televidentes a escribirles

PROGRAMA: PARA BAJITOS

EMISION: D 110586

MUSICA

COMENTARIOS

MUSICA

T: 51"  
Ti: Recitación "Para mamá"  
C: Raúl  
A:

T: 1' 30"  
Ti: Víboras y alacranes  
C: Kitzia y Gabriela  
A: " "  
L: Qué pasa y qué son las víboras y alacranes, cómo juegan  
I: Guitarra, flauta, percusiones

T: 47 "  
Ti: Mamita linda  
C: Erika  
A:  
L: Amor a mamá

T: 1'  
Ti: Sapitos  
C: Abraham  
A:  
L:

T: 31"  
Ti: Ratoncitos  
C:  
L: Actividades imaginarias de ratoncitos

T: 1' 14"  
Presenta otro bloque de niños cantores y comenta que los papás se emocionan más que los niños

T: 5' 31"  
Lee las felicitaciones telefónicas y pide a Kitzia y Gabriela canten otra canción

T: 2' 08"  
Presentan dos niños que faltan de cantar y despide el programa

T: 31"  
Ti: Doña Blanca  
C: Claudia  
A: Juego popular infantil

T: 1' 06"  
Ti: Un día de primavera  
C: Jorge

T: 4' 29"  
Ti: Nueva Canción  
C: Kitzia y Gabriela  
A: " "  
L: Acerca de un gusanito  
I: Guitarra, maracas, flauta

T: 40"  
Ti: Puebla  
C: Karla  
A:

T: 33"  
Ti: La rata vieja  
C: Gabriel



PROGRAMA: PARA BAJITOS

EMISION: D 110586

COMENTARIOS

MUSICA

T: 55"

Ti: Pin Pon

C: niño

TIEMPO TOTAL: 53' 46"

TIEMPO TOTAL: 27' 49"

TIEMPO TOTAL  
COMERCIALES:  
1' 50"

Nota: \* Todas las canciones que  
cantan los bajitos están ins-  
trumentadas por la orquesta en  
vivo, del programa.

PROGRAMA: PARA BAJITOS

EMISION: D 180586

COMENTARIOS

MUSICA

COMERCIALES

ANALISIS VIDEO

T: 3' 31"

Cantan las mañanitas por tratarse de su primer aniversario. El conductor señala que durante el programa se va a recordar, y estarán en el programa los primeros bajitos de la serie, así como los músicos.

Al presentar a uno de los niños le pregunta que si se siente más grande.

T: 1' 54"

El conductor le dice a un niño que si quiere pintar, además le informa que va haber pastel.

T: 2' 59"

Felipe Vera le pregunta a otro de los niños qué es lo que hace en la escuela, qué come, y menciona los números telefónicos.

T: 1' 49"

Vera le pregunta a uno de los niños como se dice mamá y papá en inglés.

T: 1' 28"

Al platicar con otro niño, el conductor le comenta que ha crecido mucho, y le

T: 42"

Ti: Tempranito a comer  
C: Luchis  
A: Cri Cri  
I: Orquesta Parabajitos  
L: Español

T: 35"

Ti: Pin Pon  
C: Ximena  
A: Lírica Popular  
I: Orquesta Parabajitos  
L: Español

T: 45"

Ti: Virola  
C: Adriana  
A:  
I: Orquesta Parabajitos  
L: Español

T: 2' 29"

Ti: Morenita y California  
C: Fernanda  
A:  
I: Orquesta Parabajitos  
L: Español-Baila

T: 1'

Partido de Beisbol, DDF, Invisión en el mundial.

T: 2' 09"

Estadio de CU listo para el mundial, Identificación de canal.

TIEMPO TOTAL: 3' 09"

Al inicio del programa se presentan a los niños en el estudio con un cartelón de primer aniversario.

La escenografía se presenta con pasteles y hace alusión a una fiesta.

Amparo Ochoa la artista invita da se presenta con blusa de manta y gran variedad de collares.

PROGRAMA: PARA BAJITOS

EMISION: D 180586

COMENTARIOS

regunta que quien le ha enseñado lo que sabe.

T: 35"

Lee rápidamente algunas de las llamadas y busca a una de las niñas que asistió en el programa inicial.

T: 3' 58"

El conductor recuerda que el primer programa de Parabajitos duró 30 minutos, y no era en vivo. Además informa que ya van 52 programas de la serie. Agradece a Aranzazu el pastel que mandó, y presenta a Amparo Ochoa. Amparo Ochoa comenta que la alegría nunca termina, que siempre debemos ser niños, creativos y que si no, perdemos mucho de nuestro ser. La artista anuncia su canción como una pieza antirracista: La negrita.

T: 3' 25"

Amparo Ochoa comenta que cuando la música se trae por dentro se debe dejar salir, su hijita y ella cantan Doña Cocorina (como recitación).

El conductor comenta que se trata de darles toda la libertad del mundo a los niños.

MUSICA I

T: 41"  
Ti: La pulga  
C: Marisol  
A:  
I: Orquesta Parabajitos  
L: Español

T: 45"  
Ti: La gallina  
C: Paquito  
A:  
I: Orquesta Parabajitos  
L: Español

T: 2'  
Ti: La Negrita  
C: Amparo Ochoa  
A: Cri Cri  
I: Orquesta Parabajitos  
L: Español

T: 36"  
Ti: Chorrito  
C: Gabriel  
A: Cri Cri  
I: Orquesta Parabajitos  
L: Español

MUSICA II

T: 1' 31"  
Ti: El Zoológico  
C: Brenda  
A:  
I: O. Parabajitos  
L: Español

T: 17"  
Ti: Batman y Robin  
C: Lalo  
A:  
I: O. Parabajitos  
L: Español

T: 56"  
Ti: Los Muñecos  
C: Víctor  
A: Cri Cri  
I: O. Parabajitos  
L: Español

T: 44"  
Ti: Los pescaditos  
C: Tres Niños  
A:  
I: O. Parabajitos  
L: Español

PROGRAMA: PARA BAJITOS

EMISION: D 180586

COMENTARIOS

T: 5' 28"

Felipe Vera presenta el equipo que trabaja en el programa, señala que existe apoyo psicológico, y una maestra de preescolar. El conductor se disculpa por los errores que se cometen al transmitir en vivo, e indica que los bajitos son las estrellas del programa.

T: 42"

Vera platica con uno de los niños que participan, y le pregunta que va a cantar.

T: 2' 17"

El conductor lee los saludos de los telefonemas y presenta al niño siguiente.

T: 3' 14"

El conductor informa que el tema musical del programa es de Alejandro Herrera, lee otros telefonemas.

MUSICA I

T: 1' 38"

Ti: En esta noche clara

C: Angela Regina

A:

I: Orquesta Parabajitos

L: Español-bolero

T: 48"

Ti: Tu amante bandido

C: Juan

A: Miguel Bosé

I: Orquesta Parabajitos

L: Español

MUSICA II

T: 3' 09"

Ti: El vaquerito

C: Amparo Ochoa

A:

I: O. Parabajitos

L: Español, los niños bailan con la artista

T: 54"

Ti: La Escobita

C: Carin

A:

I: Orquesta Parabajitos

L: Español

T: 31"

Ti: Sapito

C: 2 niñas

A: Alejandro Herrera

I: O. Parabajitos

L: Español - es la canción original del programa

TIEMPO TOTAL: 18' 49"

PROGRAMA: PARA BAJITOS

EMISION: D 130586

#### COMENTARIOS

T: 4' 18"

Felipe Vera agradece los telefonemas y señala que el público les dice cosas muy bonitas.

T: 44"

Menciona más saludos por teléfono.

T: 49"

El conductor indica que en el programa no hay nada preparado, se sigue el entusiasmo y humor de los niños.

T: 4' 04"

Se recuerda que hace un año se fundó Imevisión por lo que todos los programas cumplen un año. Invita a los niños a partir el pastel.

T: 2' 04"

Vera comenta que un año antes el equipo de producción no sabía como iban a resultar las cosas. Despide el programa.

TIEMPO TOTAL: 41' 19"

PROGRAMA: PARA BAJITOS

EMISION: D 080686

COMENTARIOS

T: 34"  
Entrada Institucional

T: 3' 11"  
El conductor saluda y presenta el programa, que este día será dedicado a los números. De hecho comienza contando a los bajitos que llegaron al programa.  
El conductor presenta a los músicos de la orquesta de Parabajitos, anuncia que estarán en el programa los Hermanos Rincón, y presenta a los primeros participantes.

T: 1' 20"  
Aplausos pide para Janet la primera participante y le dice que que bonito canta.  
Los niños que cantarán después le otorgan calificaciones a Janet, con cartoncitos numerados. El conductor menciona los teléfonos del estudio.

T: 1' 36"  
Ahora, Felipe Vera pide las calificaciones para Alejandro.  
Al presentar el siguiente participante le dice que si quiere aprender a

MUSICA

I: 2' 39"  
Ti: Juan Charrasqueado  
C: Janet  
A: Corrido Popular  
I: O. Parabajitos  
L: Español

T: 1' 53"  
Ti: Los dos hermanos  
C: Alejandro  
A: Corrido Popular  
I: O. Parabajitos  
L: Español

T: 20"  
Ti: Una rata vieja  
C: Josue  
I: O. Parabajitos  
L: Español

T: 45"  
Ti: Caracol  
C: Jorge  
I: O. Parabajitos  
L: Español

T: 43"  
Ti: El chorrito  
C: Pilar  
A: Cri Cri  
I: O. Parabajitos  
L: Español

ANUNCIOS

T: 1' 33"  
Gobierno de la República,  
Beisbol en el 7.

I: 1'  
Tarjeta Plan Joven, La Guía de cada día programa.

TIEMPO TOTAL: 2' 33"

ANALISIS VIDEO

Se formó una escenografía con números de cartón como de metro de altura.  
Al fondo se colocó una banca y perritos de papel.

Los Hermanos Rincón utilizan muñecos que se mueven con alambres, un pulpo y un gusanito,

PROGRAMA: PAPA BAJITOS

EMISION: D 080686

PROGRAMA: PAPA BAJITOS

EMISION: D 080686

COMENTARIOS

MUSICA

COMENTARIOS

MUSICA

T: 2' 04"

Vera pide la calificación para Josue, y anuncia a Jorge para cantar, con quien platica sobre los números que tiene el cuerpo, dos ojos, manos, piernas, etc.

T: 2'

Vera pide las calificaciones para Jorge. Los niños califican y Vera dice que hay decidir quien ganó, a lo que el mismo se responde señalando que to dos ganan, ya que en Parabajitos nadie puede perder, y presenta la canción de los numerosos con Los Hermanos Rincón.

T: 6' 17"

Menciona los saludos telefónicos el conductor, y dice que sólo se inscriban a los niños que "realmente quieran venir", que no se obligue a los niños a hacer algo que no quieran, después pasa a la sección de las pinturas, señalando que se trata de los pequeños grandes pintores. Los niños dicen que han pintado: 1) Una casita con mí "mami y papi". 2) Un cielo. 3) Un sol. Aquí Vera los interrumpe y

T: 2' 42"

Ti: La canción de los números

C: Los Hermanos Rincón

A: Los Hermanos Rincón

I: Guitarras, Marimba

de los Hermanos Rincón

L: Español

T: 2' 04"

Ti: El gusanito medidor

C: Hermanos Rincón

A: Hermanos Rincón

I: Guitarras, Marimba

de Hermanos Rincón

L: Español

T: 1' 29"

C: Inty

Ti: El mundo al revés

I: O. Parabajitos

L: Español

T: 24"

Ti: La rata vieja

C: Luis Fabián

I: O. Parabajitos

L: Español

dice que cuanta creatividad tienen los bajitos cada quien en su mundo, y continúa preguntando sobre los dibujos, y otro niño le dice que pintó una casa y un sol, y el último dice que un sol y una casa.

Para presentar a los Hermanos Rincón nuevamente, Vera comenta que los numerosos sirven para muchísimas cosas, entre ellas para medir tal y como los Hermanos Rincón cantarán.

T: 1' 22"

El conductor elogia las canciones de los Hermanos Rincón pero comenta que aún faltan bajitos por cantar e invita a Inty para que lo haga.

T: 42"

El conductor pide las calificaciones, y les dice a los niños que levanten sus cartones.

T: 1' 20"

Pide calificación nuevamente y le pregunta al niño por sus papás.

T: 1'

Ti: Mamacita Linda

C: Pamela

I: O. Parabajitos

L: Español

T: 17"

Ti: Los 3 pescaditos

C: Paulina

T: 37"

Ti: Pedro Conejo

C: Karina

I: O. Parabajitos

L: Español

T: 1' 50"

Ti: El pulpo

C: Hermanos Rincón

A: Hermanos Rincón

I: Mandolina de Hermanos Rincón

L: Español

T: 17"

Ti: El pescadito

C: Anayeli

I: O. Parabajitos

L: Español

PROGRAMA: PARA BAJITOS

EMISION: 080686

PROGRAMA: PARA BAJITOS

EMISION: D 080686

COMENTARIOS

T: 5' 50"

Vera presenta uno por uno a los Hermanos Rincón, ellos dicen estar muy contentos y comentan que han participado interpretando lírica infantil para la SEP, y viajan a los estados por medio del ISSSTE, señalan que tienen 8 discos grabados.

Retomando el tema de la canción los Hermanos Rincón juegan con 5 bajitos a contar relacionando números y cosas junto con el conductor, quien dice "Estamos aprendiendo mucho y rápido a contar aquí en Parabajitos.

T: 2' 10"

Anuncia otra canción de los Hermanos Rincón y les dice a los niños observen los muñecos que aparecen.

COMENTARIOS

T: 49"

El conductor le aplaude y elogia a Pamela y Paulina es invitada a participar.

T: 1' 31"

Vera pide a los niños levanten sus papeletas de calificación, y les dice a los niños cuenten hasta 13.

T: 3' 44"

El conductor dice que es muy bonito saber cantar, Contesta los mensajes telefónicos, y menciona un telefonema donde se dice que no es bonito que los niños canten corridos. Se comenta que en San Luis Potosí se realiza un programa parecido con una marioneta llamada Rony, ahora anuncia la canción del Pulpo con los Hermanos Rincón.

MUSICA

T: 29"

Ti: Pin Pon  
C: Juan Rafael  
I: O. Parabajitos  
L: Español

T: 31"

Ti: Pin Pon  
C: Naira  
I: O. Parabajitos  
L: Español

T: 1' 45"

Ti: El rock del changuito  
C: Hermanos Rincón  
A: Hermanos Rincón  
I: Hermanos Rincón  
L: Español

T: 1' 56"

Ti: El pulpo (repetición)

TIEMPO TOTAL: 21' 42"



PROGRAMA: PARA BAJITOS

EMISION: D 080686

COMENTARIOS

T: 6'

Vera dice que la pieza se llamó el rock del Changuito, y lee saludos telefónicos.

El conductor organiza un juego con los bajitos acomodando los números por orden.

Vera le pide a los Hermanos Rincón canten un pedacito de la canción de los números para organizar mejor el acomodo de los números.

Anuncia que nuevamente cantarán la canción del Pulpo, los Hermanos Rincón.

T: 2' 23"

Finalmente le pide a los bajitos (Vera) que califiquen a los Hermanos Rincón.

Despide el programa el conductor.

TIEMPO TOTAL: 42' 32"

PROGRAMA: PA'RA BAJITOS

EMISION: D 010686

### COMENTARIOS

T: 50"  
Entrada Institucional

T: 2' 50"

El conductor saluda y presenta a su invitado, el mimo Miko. Además presenta a algunos bajitos, y a la primera participante que cantará, asimismo presenta a la orquesta.

T: 2' 10"

Felipe Vera le pregunta a una bajita que cantó, qué en que trabaja su papá, qué hace tu mamá, y si tiene hermanos y presenta a otra participante. Indica que este programa se ubicará en un parque imaginario, donde todos deben ser amiguitos y no pelearse.

T: 2' 26"

El conductor presenta otro bajito e invita a los televidentes a hacer comentarios por teléfono.

Al entrevistar al bajito le pregunta sobre lo que hace en su casa, a lo que el niño responde que una vez le ayudó a lavar a su mamá. El conductor comenta que es "muy importante ser autosuficiente en todos los aspectos"

### MUSICA I

T: 1' 06"  
Ti: El coche de mi jefe  
C: Una niña  
I: Orquesta Parabajitos  
L: Español

T: 43"  
Ti: El gusanito  
C: Pamela  
I: O. Parabajitos  
L: Español

T: 43"  
Ti: La marcha de las letras  
C: Manolo  
A: Cri Cri  
I: O. Parabajitos  
L: Español

T: 58"  
Ti: Barquito de Papel  
C: Citlali  
I: O. Parabajitos  
L: Español

T: 48"  
Ti: Naranja Dulce  
C: Daniela  
A: Lírica Infantil  
I: O. Parabajitos  
L: Español

### MUSICA II

C: Panchito  
A: Canta Timbiriche  
I: O. Parabajitos  
L: Español

T: 38"  
Ti: Din Don  
C: Malintzin  
I: O. Parabajitos  
L: Español

T: 1' 59"  
Ti: Vaquero  
C: Barbara  
I: O. Parabajitos  
L: Español

T: 1' 09"  
Ti: Los tres cochinitos  
C: Claudia  
I: O. Parabajitos  
L: Español

T: 1' 30"  
Ti: Los palomos  
C: Constancia  
A: Cri Cri  
I: O. Parabajitos  
L: Español

### COMERCIALES

T: 1'  
SEP, El Día de la Marina

TT: 1'

### ANALISIS DE VIDEO

Escenografía pintada y sobrepuesta con papel acerca de un parque, con sol, edificios, y una banca

Cada vez que un niño canta se pone un recuadro donde se toma a los padres de los niños.

PROGRAMA: PARA BAJITOS

EMISION: D 010686

COMENTARIOS

T: 1' 41"

Junto con otro bajito, Vera le pregunta qué quién lo llevó al programa, pero el niño llora y dice que le pegaron, Vera pregunta qué quién. No responde el niño

T: 1' 15"

Vera dice que Daniela (niña) viene muy guapa como todos los bajitos del programa. La invita a cantar

T: 5' 15"

Después de que canta la niña le dice que que bien lo hace. Y señala que la música de Parabajitos está hecha para ellos, pero que también la pintura. E invita a ver lo que han pintado "los pequeños grandes pintores".

El primer niño dice haber pintado un buho, el segundo una casa, el tercero una reina, el cuarto una muñeca, y el quinto un cometa.

MUSICA I

T: 1' 15"

Ti: Soy un desastre

T: 1' 13"

Ti: Caminito de la escuela

C: Daniela

A: Cri Cri

I: O. Parabajitos

L: Español

T: 34"

Ti: La ventanita

C: Pamela

I: Parabajitos Orquesta

L: Español

TIEMPO TOTAL: 12' 21"

MUSICA II

T: 29"

Ti: Vaquerito

C: Citlali

I: O. Parabajitos

L: Español

PROGRAMA: PARA BAJITOS  
EMISION: D 010686

PROGRAMA: PARA BAJITOS  
EMISION: D 010686

#### COMENTARIOS

T: 9' 03"

El conductor agradece las cartas que el público ha enviado, y comenta que se estudia la posibilidad de ir a algunos estados del interior del país.

Vera informa que el próximo programa estarán los Hermanos Rincón, menciona la dirección y el teléfono del programa.

También presenta al invitado el mimo Miko quien dice que es muy bonito que todo lo que pueda hacer que uno sea.

Miko desarrolla su número.

Posteriormente se presenta otro nuevo bloque de niños cantores.

T: 2' 32"

Vera intenta platicar con una de las bajitas que canta el Vaquerito.

T: 57"

Vera dice que Barbara cantó su versión original del Vaquerito ya que cambió totalmente la letra.

#### COMENTARIOS

T: 1' 23"

Vera le pregunta a una niña si no va a cantar y le contesta que está arreglando su arbolito del parque (escenografía).

T: 10' 23"

Nuevamente Miko actúa y juega con los niños, disfraza a una niña de monia.

Al terminar el acto de Miko, Vera pregunta que quien falta de cantar.

T: 9' 21"

El conductor hace un recorrido por los arbolitos que los niños arreglaron en el estudio, y presenta nuevamente a Miko quien organiza un juego con niños y papás.

Vera pregunta a Miko que dónde se le puede localizar, para animar reuniones infantiles.

Al despedir el programa Vera invita a los niños a que asistan al mismo, en el estudio tres de canal 7.

TIEMPO TOTAL: 50' 06"

## VI Bibliografia

## BIBLIOGRAFIA

- AGUSTIN, José. La nueva música clásica, México, Editorial Universo, S.A. de C.V., 1985, 199 pp.
- ALVAREZ ISLAS, Mayda, REYES VALENCIA, Jorge. "El rock como pretexto de organización juvenil", Revista de Estudios sobre la Juventud, Trimestral, México, CREA-SEP Cultura, Núm. 3, jul-sep, 1984, pp. 79-104.
- ALVAREZ, Raúl. "La TV estatal fue integrada al sistema de Imvisión", La Jornada, México, 3 de mayo de 1985, Año segundo, Núm.
- BAAGALEY, John, DUCK, Steve. Análisis del mensaje televisivo, 2a. ed., Barcelona, Ed. Gustavo Gilly, 1982, Colección Mass Media, 211 pp.
- BARTOL, Béla. Escritos sobre música popular, Trad. Roberto V. Raschella, 3a. ed., México, Siglo XXI Editores, S.A. de C.V., 271 pp.
- CASULLO, Nicolás. "Argentina: el rock en la sociedad política", Comunicación y Cultura, México, UAM-Xochimilco, Núm. 12, agosto, 1984, pp. 9-19.
- Censo General de Población VIII. Resumen General Abreviado, México, Secretaría de Industria y Comercio, Dirección General de Estadística, 1962.
- Censo General de Población IX. Resumen General Abreviado, México, Secretaría de Industria y Comercio, Dirección General de Estadística, 1972.
- Censo General de Población y Vivienda X. Resumen General Abreviado, México, Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática, 1980.
- CIPRIANI, Ivano. La televisión, Barcelona, Ediciones del Serbal, 1982, 166 pp.
- COHEN SEAT, C., FOUGEYROLLAS, P. La influencia del cine y la televisión, 2a. reimpresión, México, Fondo de Cultura Económica, 1980, Colección Breviarios, 169 pp.
- COLOMBO, Furio. Televisión: La realidad como espectáculo, 2a. ed., Barcelona, Ed. Gustavo Gilly, 1976, Colección Punto y Línea, 104 pp.
- CREHOUX, Raúl. La legislación mexicana en radio y televisión, México, UAM, 1982, Colección Ensayos, 131 pp.
- DALLAL, Alberto. El "Dancing" Mexicano, México, Ed. Oasis, 1982, Colección Biblioteca de las Decisiones (Núm. 3), 207 pp.
- DELHUMEAU, Antonio. El hombre teatral, México, Ed. Plaza & Janes, 1984, 181 pp.
- Escuela Nacional de Música, Organización Académica 1976, México, UNAM, 1976.
- ESPARZA, L. "La política cultural del Estado mexicano y el desarrollo de la T.V.", Cuadernos del Ticom, México, UAM, 1985, Núm. 35.
- EURASQUIN M., Alfonso, et al., Los Teleniños, México, Fontamara, 1984, Núm. 13, 215 pp.
- FIGUEROA, Rafael. Pasos sobre el silencio. Apuntes para una semiótica de la música, México, Centro Toluqueño de Escritores, 1985, Colección Becarios, 64 pp.
- FREUD, Sigmund. Psicología de las masas, 9a. ed., Madrid, Alianza Editorial, 1983, Colección El libro de Bolsillo, 205 pp.
- GAITAN ESTEVEZ, GAYNES, Luis. La Televisión y su mundo, Barcelona, Daimon Manuel Tamayo, 1960, 267 pp.
- GAMIETA y DOMINGUEZ, Guadalupe, ROBLEDA MOGUEL, Margarita. Música mexicana de hoy, para niños de hoy, Vol. I, México, Ed. Noroga, S.A., 1985, Colección Caracoleando Música, 79 pp.
- HILLARD L., Robert. Televisión, una introducción a la Teledifusión, México, Editores Asociados S.A., 1974, 359 pp.
- Impacto de la televisión educativa en la infancia, UNESCO, 1983, Francia, Estudios y documentos de educación, Núm. 40.
- Informe trimestral de televisión, México, INRA, julio, 1986.
- Instituto Artene, Director César Tort, México, 1982.
- Instituto Nacional de Bellas Artes. (Documento), México, 1946.
- MALMSTROM, Dan. Introducción a la música mexicana del siglo XX, Trad. Juan José Utrilla, México, Fondo de Cultura Económica, 1977, Colección Breviarios (Núm. 263), 252 pp.

MATTELART, A., et al. Ideología y medios de comunicación. Buenos Aires, Amorrortu editores, 1974, 205 pp.

MEJIA BARQUERA, Fernando. La industria de la radio y televisión y la política del Estado Mexicano (origenes y desarrollo), (Tesis de licenciatura de la FCPYS), México, 1981.

MIER G., Raymundo. "Contra las utopías de la música", Comunicación y Cultura, México, UAM-Xochimilco, Núm. 12, agosto, 1984, 9-19 pp.

MONCADA GARCIA, Francisco. La más sencilla, útil y práctica teoría de la música, 11a. ed., México, Ediciones Framong, 209 pp.

MONSIVAIS, Carlos. "La agonía interminable de la canción romántica", Comunicación y Cultura, México, UAM-Xochimilco, Núm. 12, agosto, 1984, pp. 21-39.

MORAGAS, Miguel de., Sociología de la comunicación de masas, 2a. ed., Barcelona, Gustavo Gilly, 1979, Colección Masa Media, 614 pp.

MORENO RIVAS, Yolanda. "Música de rock: Idolos Roncanroleros", Historia Ilustrada de la Música Popular Mexicana, Capítulo X, México, Promexa, 1979.

MORIN, Edgar. Para salir del siglo XX, Barcelona, Ed. Kairós, 1981, 360 pp.

NOVO, Salvador. CAMARENA, Carlos. La Televisión (documento), México, INBA, 1948.

Programa Nacional de Educación, Cultura, Recreación y Deporte 1984-1988 (Versión abreviada), México, SEP, 1984.

ROJAS SORIANO, Raúl. Gua para realizar investigaciones sociales, 6a. ed., México, UNAM, 1981, Textos universitarios, 274 pp.

ROURA, Víctor. "Rock mexicano: La bodega de los entusiasmos intercambiablos", Comunicación y Cultura, México, UAM-Xochimilco, Núm. 12, agosto, 1984, pp. 51-63.

SIEGHEISTER, Elio. Música y sociedad, México, Ed. Siglo XXI, 1980, Colección mínima (Núm. 76), 99 pp.

Tarifas y datos medios audio-visuales, Medios Publicitarios Mexicanos, S.A. de C.V., ed. Núm. 111, México, D.F., septiembre, 1986, Núm. 3/86, p. 182.

Telegrafía, México, D.F., Rafael Martínez L., Núm. 570, del 4 al 10 de julio de 1963.

----- Núm. 582, del 26 de septiembre al 2 de octubre de 1963.

----- Núm. 596, del 2-8 de enero de 1964.

----- Núm. 611, del 30 de abril al 6 de mayo de 1964.

----- Núm. 629, del 27 de agosto al 2 de septiembre de 1964.

----- Núm. 634, del 2 al 8 de octubre de 1964.

----- Núm. 643, del 3 al 9 de diciembre de 1964.

----- Núm. 656, del 4 al 10 de marzo de 1965.

----- Núm. 685, del 23 al 29 de septiembre de 1965.

----- Núm. 673, del 7 de julio de 1965.

----- Núm. 700, del 6 al 12 de enero de 1966.

----- Núm. 718, del 12 al 18 de mayo de 1966.

----- Núm. 744, del 10 al 16 de noviembre de 1966.

----- Núm. 760, del 2 al 8 de marzo de 1967.

----- Núm. 794, del 2 de octubre al 1° de noviembre de 1967.

----- Núm. 813, del 7 al 13 de marzo de 1968.

----- Núm. 830, del 4 al 10 de julio de 1968.

----- Núm. 848, del 7 al 13 de noviembre de 1968.

----- Núm. 864, del 27 de septiembre al 5 de marzo de 1969.

----- Núm. 883, del 17 al 23 de julio de 1969.

----- Núm. 889, del 30 de octubre al 5 de noviembre de 1969.

----- Núm. 917, del 5 al 11 de marzo de 1970.

----- Núm. 943, del 3 al 9 de septiembre de 1970.

----- Núm. 957, del 10 al 17 de diciembre de 1970.

----- Núm. 973, del 1° al 7 de abril de 1971.

- Núm. 995, del 2 al 8 de septiembre de 1971.
- Núm. 1012, del 30 de diciembre de 1971 al 5 de enero de 1972.
- Núm. 1038, del 29 de junio al 5 de julio de 1972.
- Núm. 1059, del 23 al 29 de noviembre de 1972.
- Núm. 1074, del 8 al 14 de marzo de 1973.
- Núm. 1102, del 20 al 26 de septiembre de 1973.
- Núm. 1117, del 3 al 9 de enero de 1974.
- Núm. 1138, del 30 de mayo al 5 de junio de 1974.
- Núm. 1160, del 31 de octubre al 6 de noviembre de 1974.
- Núm. 1176, del 20 al 26 de febrero de 1975.
- Núm. 1194, del 26 de junio al 2 de julio de 1975.
- Núm. 1214, del 13 al 19 de noviembre de 1975.
- Núm. 1233, del 25 al 31 de marzo de 1976.
- Núm. 1248, del 8 al 14 de julio de 1976.
- Núm. 1270, del 9 al 15 de diciembre de 1976.
- Núm. 1288, del 14 al 20 de abril de 1977.
- Núm. 1301, del 14 al 20 de abril de 1977.
- Núm. 1323, del 15 al 21 de diciembre de 1977.
- Núm. 1338, del 30 de marzo al 5 de abril de 1978.
- Núm. 1363, del 21 al 27 de septiembre de 1978.
- Núm. 1377, del 25 de diciembre de 1978 al 1.º de enero de 1979.
- Núm. 1399, del 31 de mayo al 6 de junio de 1979.
- Núm. 1427, del 13 al 19 de diciembre de 1979.
- Núm. 1443, del 3 al 9 de abril de 1980.
- Núm. 1528, del 18 al 25 de noviembre de 1981.
- Núm. 1782, del 4 al 10 de octubre de 1986.
- TORT, César. Educación Musical en el Jardín de Niños, 3a. ed., México, UNAM, 1985, 87 pp.
- TORT, César. Educación Musical en el primer año de primaria, Instructivo para el maestro, 2a. ed., México, UNAM, Coordinación de Humanidades, 1984, 94 pp.
- TORT, César. Educación Musical en las primarias 2º grado, Instructivo para el maestro, 2a. ed., México, UNAM, Coordinación de Humanidades, 1984, 109 pp.
- ZANOLLI, Uberto. Terminología Musical Básica, México, UNAM, 118 pp.