

78  
24.

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO  
ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS PROFESIONALES ARAGÓN

**“ TELEVISIÓN POR CABLE, UNA  
PROPUESTA DE PROGRAMACIÓN REGIONAL  
HACIA EL AÑO 2000 EN IRAPUATO “.**

**TESIS MEMORIA :**

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE :

**LIC. EN PERIODISMO Y COMUNICACIÓN COLECTIVA**

PRESENTA :

**ZAÍRA RAMIREZ ALBA**

MÉXICO, D.F

MAYO 1997.

**TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN**



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 esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

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

## DEDICATORIA

ZULIA, OMAR, YUNUEL LOS QUIERO MUCHO. ESTA ES UNA DE LAS TANTAS SATISFACCIONES BONITAS QUE DA LA VIDA. ESPERO USTEDES TAMBIÉN LA TENGAN PRONTO. "HÉCHENLE MUCHAS GANAS".

EN ESPECIAL A PAPÁ Y MAMÁ, QUE ESTA SATISFACCIÓN LA HE LOGRADO GRACIAS A USTEDES. ESTA ES UNA FORMA DE CORRESPONDER A TODO LO QUE ME HAN DADO. AUNQUE FALTAN MUCHAS OTRAS FORMAS MÁS. SE QUE NO HE LLEGADO AL FIN O A LA META, SI NO QUE ÉSTA APENAS COMIENZA. TAMBIÉN, ES MUÝ BUENA OPORTUNIDAD PARA DECIRLES, DE OTRA MANERA, CUANTO LOS QUIERO. MUCHÍSIMAS GRACIAS POR TODO LO QUE ME HAN DADO, ME ESTÁN DANDO Y ME DARÁN. LOS AMO A LOS DOS.

DAVID, MIL GRACIAS POR CAMINAR CONMIGO DURANTE TODO ESTE TIEMPO. POR APOYARME, POR IMPULSARME, POR SER UN MOTIVO CONSTANTE EN MI VIDA. ESTA ES UNA SATISFACCIÓN DE AMBOS. AÚN NOS FALTAN MUCHAS MÁS. ESTOY TOTALMENTE CONVENCIDA QUE DIOS NOS MANDÓ EL UNO PARA EL OTRO. GRACIAS POR TENER SIEMPRE ALGO BUENO QUE DECIRME. ERES LA SORPRESA MÁS BONITA DE MI VIDA. TE AMO.

RECORDEMOS QUE LO MÁS IMPORTANTE ES TENER SALUD, PUES SIN ELLA NO ES POSIBLE NADA EN LA VIDA.

## Í N D I C E:

INTRODUCCIÓN	2
CAPITULO I. HISTORIA DE LA TELEVISIÓN COMERCIAL EN MEXICO.	
1.1 LA APARICIÓN DE LA TELEVISIÓN COMERCIAL EN MÉXICO.	6
1.2 LA APARICIÓN DE LA TELEVISIÓN POR CABLE EN MÉXICO.	20
1.3 OTRAS FORMAS DE VER TELEVISIÓN, CABLEVISIÓN Y MULTIVISIÓN.	37
CAPITULO II. HISTORIA DE LA TELEVISIÓN POR CABLE EN IRAPUATO, GUANAJUATO.	
2.1 HISTORIA DE LA TELEVISIÓN POR CABLE EN IRAPUATO, GUANAJUATO.	51
2.2 PRIMERAS PRUEBAS DE TRANSMISIÓN EN LA CIUDAD.	58
2.3 LLEGA EL FUEGO Y TODO LO DESTRUYE.	61
2.4 EMISIONES A CONTROL REMOTO DESDE EXPO-FRESA 95.	64
2.5 ARRANQUE DEL NOTICIERO NOTITEXTO.	67
CAPITULO III. CUATRO, TRES, DOS ..... SE GRABA.	
3.1 MEDIOS Y RECURSOS CON LOS QUE SE CUENTA.	75
3.2 FORMATOS Y CONTENIDOS PARA EL CANAL 13, IRAPUATO.	88
3.3 PRODUCCIÓN FINAL PARA LA PROGRAMACIÓN TELEVISADA.	102
3.4 PRESENTACIÓN DE UN PROGRAMA DE LA PROPUESTA DE PROGRAMACIÓN PARA EL CANAL 13 DE IRAPUATO.	111
CAPITULO IV. PROPUESTA DE PROGRAMACION PARA CANAL 13 DE IRAPUATO.	
4.1 PRESENTACIÓN DE LA PROPUESTA DE PROGRAMACIÓN DEL CANAL 13 DE TELEVISIÓN POR CABLE EN IRAPUATO, GUANAJUATO.	115
ANEXOS	175
BIBLIOGRAFÍA	184

## INTRODUCCIÓN:

La historia de la humanidad y el curso de la civilización siempre han estado íntimamente vinculados a la capacidad que posee el hombre para comunicarse con sus semejantes. A lo largo de la historia, el hombre se ha empeñado en descubrir mejores medios de comunicación, ya sea mediante el análisis y la experimentación (ya perfeccionando métodos existentes), hasta llegar a dominar el más potente, rápido y completo de todos : *la televisión* que es un medio eficaz que proporciona información, difunde cultura, educación y brinda entretenimiento.

Se ha desarrollado para enlazar históricamente a nuestra nación con otras culturas, costumbres, idiomas e ideologías ; que consecuentemente, tienen un alto poder social. Como la mayoría de los grandes inventos de la humanidad, la televisión es el resultado de un largo proceso evolutivo, durante el cual, se conjuntaron una serie de descubrimientos que han conformado su condición actual que ofrece : entretenimiento, diversión, esparcimiento y/o cultura.

Desde hace más de 40 años surge *la televisión por cable* para los televidentes mexicanos a quienes se les maneja la idea de ofrecer "*una opción más*". Debido al gran impacto que causa la televisión aérea, por cable o satelital, siempre será motivo de expectativa tanto de los especialistas en el mundo de las comunicaciones, como del telespectador mismo ; y aunque existen actualmente más de 200 empresas de la televisión por cable en el país, las cuales pueden crear su propia estación de televisión con un canal local que genere una barra programática, pocas lo llevan a cabo.

La ciudad de *Irapuato, Guanajuato* no pudo ser la excepción. Cuenta con el Sistema de Televisión por Cable desde 1979, y desde aquél entonces podía generar un canal propio que se pudiera comercializar, pero no es hasta 1995 cuando decide hacer las gestiones correspondientes para crear *su propio canal local*. Irapuato se encuentra geográficamente bien situado. Se rodea de ciudades industriales productivas y turísticas importantes como : León, Guanajuato, Salamanca, San Miguel de Allende, entre otras, que impulsan al desarrollo de la misma y por consiguiente de propia televisora.

Consideramos importante realizar un trabajo de tesis sobre el canal local de la ciudad "fresera", porque éste apenas comienza; y teniendo dos años al aire, sería el primer trabajo de tesis que describa los logros alcanzados durante ese período y vislumbre el futuro de la emisora. En la Escuela Nacional de Estudios Profesionales Aragón, hasta el momento no existe investigación alguna que trate sobre la aparición del sistema de televisión por cable en el lugar y mucho menos en la cual se proponga una barra de programación para el canal 13, "*La señal que nace en Irapuato*".

Es digno señalar la trascendencia del mismo, pues con solo un noticiero y cuatro programas al aire, el primero mencionado ha llegado ya a las 500 emisiones, logrando una aceptación por parte de los televidentes. *Telecable del Centro S.A de C.V.* al momento sólo tiene 9 horas al aire de las 100 que pudieran ser a la semana; y ya que actualmente carece de programación local continua, consideramos oportuna la ocasión de realizar una propuesta del canal 13 generado para que llegue a todos los suscriptores de las 79 colonias que conforman el sistema en la ciudad.

Para ello, nos hemos fijado una serie de objetivos, entre los cuales, se destacará que al proponer una barra programática adecuada para el canal 13 de Irapuato; con un manejo adecuado de elementos informativos (*iconicos, visuales y sonoros*); con la modificación en formas y contenidos; empleando elementos persuasivos para su mayor penetración dentro de la sociedad, traerá como resultado una pronta identificación entre el público "*fresero*" y el sistema de televisión por cable, misma que consideramos podrá establecerse en primer lugar en el orden jerárquico a seguir.

Para la realización de este trabajo se recurrió a la investigación bibliográfica con textos relacionados con la comunicación, publicidad, propaganda y libros relacionados con la carrera y con la historia de la televisión. Se utilizó la hemerografía de periódicos reconocidos de la entidad como: El Nacional, El Centro, El Sol de Irapuato y Heraldo de Irapuato. También se tomó como recurso la videoteca del canal 13 y tuvimos que realizar una investigación profunda de campo en 12 colonias de la ciudad, recurriendo a la entrevista y encuesta que fueron factor primordial durante la misma.

El estudio tuvo su inicio en el mes de septiembre de 1995 y terminó en el mes de marzo de 1996 con el fin de obtener los gustos y preferencias de los suscriptores irapuatenses a quienes se pretende proyectarles una programación plural televisiva que surge en 1995 y que se verá reflejada en sus resultados a mediano y largo plazo. Consideramos que la señal televisiva local, que es un valor agregado al servicio de televisión por cable para los usuarios, también es costiable, pues de esa manera se genera presupuesto para sacar adelante a cualquier canal .

Es nuestra intención, a través de esta obra, dar difusión de la capacidad que tiene la misma como instrumento educativo y cultural inmerso en el entretenimiento , ya que a través de una *programación variada , diferente y original* ; así como del *uso creativo de formas, contenidos, colores y logos*, producirán el interés en las personas por conectarse al sistema de televisión por cable que puede ocupar un lugar muy importante dentro de ese sistema para el año 2000 en la ciudad fresera.

La pluralidad de la televisión por cable en Irapuato requiere de una *infraestructura organizada, ordenada y jerarquizada*, para ocupar un primer lugar en el orden televisivo establecido. Realizar un número considerable de programas para la televisión, no es tarea sencilla ni individual, pues son necesarios una serie de esfuerzos conjuntados y coordinados, que es el resultado del trabajo de muchos profesionales, cada uno experto en su tarea, pero trataremos de dar nuestro mayor esfuerzo para la realización de esta tesis.

Para poder hablar de los inicios de la televisión por cable en Irapuato y en México, es necesario recurrir a la historia de la aparición de la televisión comercial en el país : lo cual, se ha dedicado el primer capítulo para desarrollar el tema. Trataremos también el gran poderío que implica la palabra Televisa y el surgimiento de otras alternativas existentes : Cablevisión y Multivisión : así como el recién modo vía satélite de entretenimiento directo al hogar, comúnmente llamado sistema D.T.H (Direct To Home).

Para poder proponer una barra de programación para la televisión por cable, tenemos que partir de la idea de un canal ya existente, y es por eso que el segundo capítulo abarca el nacimiento del canal 13, "La señal que nace en Irapuato", lo que da pie a que si se desea tener una programación continua, se tenga que consultar a la tercera

parte de la tesis, donde se habla de los medios, recursos y personal técnico y humano que se necesita para realizar la *preproducción, producción y postproducción* para un programa de televisión.

Una vez que se han desarrollado los conocimientos necesarios para crear un programa, en el cuarto capítulo propondremos una barra de programación para Telecable del Centro S.A de C.V, Canal 13 de Irapuato. Con una barra de las 7 de la mañana a las 10 de la noche de lunes a domingo con la peculiaridad de que la mayoría de los programas **serán “en vivo” y “en directo”** utilizando el **formato de “revista”**. Se hará mención de las formas, formatos y contenidos de cada uno de ellos y el por qué de la existencia de los mismos.

Cabe destacar, que el trabajo mismo no es perfecto y queda sujeto a cambios por especialistas en la rama de las comunicaciones ; y por usted lector que hará favor de aportar sus puntos de vista para que la tesis mejore en aquello en donde usted crea conveniente.

**CAPITULO 1**

**" HISTORIA DE LA TELEVISIÓN COMERCIAL EN MEXICO "**

## 1.1 LA APARICIÓN DE LA TELEVISIÓN COMERCIAL EN MÉXICO.

La televisión -voz que se deriva del griego *tele* (lejos) y del latín *video* (ver), consiste en la conversión de rayos luminosos a ondas eléctricas, las cuales se transmiten luego a un receptor en el que ha su vez son convertidas en rayos luminosos visibles que forman una imagen.

La televisión no fue inventada por el genio de un solo hombre, tardó varios siglos en hacer su aparición y requirió del conocimiento y del esfuerzo conjunto de miles de hombres en las diferentes disciplinas tales como : la electricidad, el magnetismo, y la electroquímica; para que fuese posible la aparición de un aparato que fuera capaz de reproducir las maravillosas cualidades del ojo y del oído humanos que transmitiera imágenes y sonidos a través de grandes distancias en apenas una fracción de segundo<sup>1</sup>.

Los avances de la tecnología han sido sorprendentes para el alcance de satisfacciones mayores en el mundo de la tecnología. Es increíble la manera en cómo ha ido evolucionando las comunicaciones a través del mundo y para el mundo. No cabe duda que el inicio de la pantalla chica en nuestro país, ésta fue de carácter comercial. La novedad de su aparición invadió a lo largo y ancho del país. Todos querían tener una televisión, aunque muchas veces su nivel adquisitivo no se los permitiera.

Era un aparato capaz de ahorrar tiempo, dinero y esfuerzo, mismo que brindaba entretenimiento e información al telespectador. Sabemos que la televisión siempre ha sido tema de crítica por muchas personas; unas afirmando que dicho aparato "es como de la familia", que une y entretiene; y otras, maldiciendo sus contenidos o la mediocridad de sus programas.

Pero pese a que existe diversidad de opiniones sobre la misma, a excepción de aquél sector no pudiente (económicamente hablando), ¿Quién no posee una televisión en su hogar?. ¿Por qué cuando nos recostamos en el sillón o en la recámara de nuestra habitación lo primero que hacemos es encender el televisor?.

---

<sup>1</sup> Consultar anexo I.

Quiérase o no, es un hecho que la televisión es capaz de captar nuestra atención por un momento. Después, al cabo de un tiempo, se acaba uno acostumbrándose a dicho aparato y se convierte en dueño de nuestro tiempo, pero... ¿Cómo aparece la televisión comercial en nuestro país ?.

Mucho se ha escrito ya sobre los inicios de la televisión mexicana. Hay quienes la describen de una manera rebuscada; otros en un altero de papel, que fácil se podría confundir con La Biblia; y por supuesto, existen también quienes desean ya no hablar del tema. Nosotros pretendemos platicar los inicios de la misma de un manera breve, que lejos de ser un extracto de su historia, queremos que sea útil para toda aquella persona que lea este trabajo. De la misma manera, procuraremos dar una visión del acontecer de la televisión mexicana en aquellos años que cautivó a la sociedad entera.

En 1934 el ingeniero jalisciense Camarena, inició sus primeros experimentos en la XEFO Y XEUZ. Cinco años después da a conocer el invento de un sistema de televisión a color llamado tricromático, basado en el principio físico de la descomposición de los tres colores primarios: rojo, azul y verde. En éste último punto los libros nunca se han puesto de acuerdo quien realizó este maravilloso experimento, si Camarena o el norteamericano Goldmark. El 6 de agosto de 1940, Camarena patenta el adaptador cromoscópico de su invención. En 1945, realiza una demostración de la primera cámara de televisión construida en México.

El 7 de septiembre de 1946, sale al aire una estación experimental de televisión con las siglas **XHIGC** ( éstas dos últimas referentes a las siglas del Ingeniero), en la casa de Havre #74 en la ciudad de México. La recepción de aquellas primeras señales de video se llevó a cabo en la Liga Mexicana de Radio Experimentadora en la esquina de Lucerna y Bucarelli, a solo unas cuadras de la emisora. Esa transmisión consistía en un programa artístico tipo formato de radio, donde el Lic. Luis M. Farías, fungiendo como locutor en aquellos momentos hacía pequeñas entrevistas y recababa opiniones sobre aquel ensayo tan relevante y trascendental como lo era la televisión.

Para septiembre del 1947, se presentaron demostraciones de televisión en diversas salas cinematográficas de la ciudad en las que se incluían por fin a los famosos "patrocinadores", éstos eran de: General Popo, American Photo, Colgate Palmolive, y de

General Electric. Al mes siguiente, el entonces presidente de la República Miguel Alemán Valdéz, decide enviar a Camarena y al Maestro Salvador Novo al país vecino del norte y a Europa a realizar un investigación profunda sobre la evolución de dicho aparato y las características particulares de la misma.

En 1948, ya patentado el tricromático (utilizado por la televisión a colores), y después del regreso de Camarena y Novo, se realiza otro extraordinario experimento a circuito cerrado de la televisión a color. Estas se llevaron a cabo desde el Quirófano del Hospital Juárez enviando la señal de las respectivas operaciones quirúrgicas. Y con motivo de la Primera Exposición Objetiva Presidencial que se presentó como complemento del Informe del Jefe Ejecutivo, se dio pie a que en el mes de septiembre se realizaran varios programas diariamente desde el famoso Palacio de Minería.

En 1949, se realiza la segunda transmisión de otra Exposición Objetivada desde el Estadio Nacional, que se localizaba donde estaba el multifamiliar Juárez. Este año resulta benéfico para toda aquella persona que estaba deseosa de obtener una concesión de televisión susceptible de explotarla comercialmente. El entonces Secretario de Comunicaciones y Transportes, Agustín García López estaba al frente de las mismas.

Y fue el poblano, Rómulo O'Farril Senior quien decidió y tuvo los recursos para comercializar inmediatamente la televisión, a costa de la inquietud de los mexicanos por obtener entretenimiento por medio de un aparato electrónico. A él, le fue concedida la primera concesión en el país, estación que adapta las siglas de *XHTV-Canal 4*, la primera estación de televisión de América Latina.

Rómulo O'Farril fue presidente municipal de Puebla en 1928. Fue dueño de la automotriz O'Farril; una de las primeras ensambladoras de aquellos lujosos autos Packard en el país. En 1948 adquirió "Publicaciones Herrerías", misma que editaba el periódico Novedades y The News (en Inglés y de circulación en la ciudad). Estos periódicos, se extendieron en diversos estados de la República de una manera muy rápida; así mismo fue participe en cargos diversos dentro de la realización y promoción de Caminos y Puentes Federales de aquél entonces.

Obviamente al adquirir una concesión de éste tipo, sobre ese nuevo medio de comunicación marcaba el inicio de un nuevo y poderoso negocio. Por fin en un lapso de 2

o 3 meses, se instala el equipo de HXTV-Canal 4 en los pisos 13 y 14 del edificio de La Lotería Nacional. El 26 de julio de 1950 se inician las respectivas pruebas con un transmisor de 5 kilowatts. Tenían una antena de ganancia tres de marca RCA, y a las 6 de la tarde, once mexicanos (el staff) eran testigos de tal evento. El 29 de julio de ese año, se realiza el primer control remoto de México y América Latina de un evento de 40 metros de distancia.

Se realizó en el auditorio del edificio de la Lotería Nacional con motivo del sorteo del diario Novedades. La señal llegó por medio de los famosos cables coaxiales. Tuvo el evento la presencia de artistas como: Antonio Badú, Armando Calvo, Marga López, Katy Jurado, entre otros.

*"El 31 de agosto fue la inauguración oficial desde el Jockey Club por el Secretario de Comunicaciones y Transportes Lic. Agustín García López, en representación del Presidente de la República con un espectáculo que ofreció Televisión de México, S.A.<sup>2</sup>".*

XHTV-Canal 4, inicia sus transmisiones regulares el primero de septiembre de 1950 con el informe presidencial del Lic. Miguel Alemán desde la Cámara de Diputados.

*"Los primeros locutores de la televisión pertenecientes a XHTV-Canal 4, fueron Gonzalo Castellot y Rafael Vidal<sup>3</sup>".*

Para finales de 1950 se forma una comisión encargada para elaborar el reglamento que controle a la propia televisión mexicana. Para enero del 51, las transmisiones comenzaban a las 4 de la tarde. El programa: "Concierto de la tarde"; su conductor: Gonzalo Castellot, y un promedio de 1.500 receptores en la ciudad. Su programación se terminaba a las 10 de la noche.

---

<sup>2</sup> Castellot de Ballín Laura (1993): "Historia de la televisión en México narrada por sus protagonistas", Página 39. Editorial Alpe. México, D.F.

<sup>3</sup> Ibidem. Página 40.

*"Al mes siguiente, había más programación: "El Moderno Robinson", "Café Taurino", "Noticiero de General Motors", "Lucha Libre", "Noticiero Novedades", "Buscando Estrellas", "Risas y Canciones"<sup>4</sup>.*

En marzo de ese mismo año, entra al aire oficialmente otro canal, el cual, se volvería competencia del hasta entonces único existente. Nace el **XEW-TV, Canal 2**, concesionada a la empresa Telvimex S.A; propiedad del Sr. Emilio Azcárraga Vidaurreta y al famoso "junior" Emilio Azcárraga Milmo, dueños de las estaciones radiodifusoras XEW Y XEQ. La primera, había colocado a México como uno de los países más destacados del mundo en éste servicio.

Azcárraga Milmo, con 56 años de edad y originario de Tampico. Tamaulipas: el 18 de septiembre de 1951 se realiza la ceremonia de colocación de la primera piedra de lo que originalmente se pensaba fueran los estudios de la XEW en Avenida Chapultepec #18. Estudios que se llamarían "Radiópolis", pero como se tuvo el canal de televisión se convirtió en el actual edificio conocido como Televisión.

El Sr. Azcárraga vendía aparatos referentes a la compañía RCA. Se introduce en el mundo de la radio hasta llegar a la televisión. Ya teniendo su propio canal le pide al entonces cronista de toros: Paco Malgesto, que colabore con él en tan importante proyecto. Así mismo, contrata al Director de una importante agencia de publicidad de la ciudad, Luis de Llano. También llama a Robert Kenny, técnico de radio y a muchas personas más para que colaboraran con él.

Para el surgimiento del canal 5, Camarena realiza pruebas experimentales de 1934 a finales de la década de los cuarenta, y en el 39 ingresa a la XEW y XEQ como Jefe de Operaciones. Su fama era tal, que en 1950 La Columbia Collage de Chicago III, le encarga la fabricación de un equipo de televisión a color de circuito cerrado para fines educativos de esa institución. Después de su experiencia adquirida, Camarena deseaba tener su propia estación de televisión.

Aquí podría haber confusión en cuanto a cuál fue precisamente el primer canal en operación, por ello para no crear dudas al respecto: el primer canal fue el del mismo

---

<sup>4</sup> Ibidem. Página 41.

Camarena (XHIGC), sólo que no estaba regularizado legalmente. El canal 5 comenzó a transmitir desde 1943, pero de forma experimental, no comercial. Y el canal 4 (XHTV) lo hizo de forma oficial el 31 de agosto pero de 1950. En aquel entonces esas concesiones eran otorgadas por La Secretaría de Comunicaciones y Obras Públicas.

El 10 de Mayo de 1952, se inaugura oficialmente la estación **XHTV, Canal 5**. Su antena fue colocada en el edificio de Seguros de México, en las calles de San Juan De Letrán y los estudios en los Altos del Cine en José Marroquí. Camarena es comisionado por Radio Panamericana para la localización del punto logarítmico estratégico de las montañas del Valle de México, donde quedaría más tarde ubicada la primera estación repetidora de la televisión mexicana.

Al principio no se tenía patrocinadores para el canal 5, ni programación suficiente. Sus transmisiones regulares comienzan en 1952 con el primer festival del periódico El Excélsior. Mientras tanto, el canal 2 tenía ya una programación corrida de 3 a 10:30 de la noche diariamente. Lo más relevante en 1954 fue que el 24 de octubre se llevó a cabo "El Maratón de la Televisión" para recabar fondos para las obras de La Basílica de Guadalupe. Asistieron al evento muchísimos artistas del cine de la época de oro.

Seguían así los días, cada canal con su respectiva programación, cuando llega el final del sexenio y Alemán se retira tristemente "con su ahorrito" de seis años y como era obvio, con acciones de aquel negocio novedoso que representaba XEW-TV Canal 2. Ahora ocuparía la silla un hombre flaco, con lentes y medio calvo: Adolfo Ruiz Cortines, mismo que en 1954 insistió a Emilio Azcárraga y Rómulo O'Farril que se unieran para aumentar la cobertura.

Ruiz Cortines siempre fue de la idea de que la televisión mexicana con sus programaciones no fuera un espectáculo elitista que favoreciera sólo a los que vivían en la capital y zonas aledañas, sino que pudieran gozar de las programaciones todas aquellas personas que vivieran en diferentes partes de la República lo que implicaba la instalación de redes privadas de microondas que resultaba costoso que cada empresa lo hiciera por su lado, y la única solución viable e idónea era fusionar los tres canales: 2, 4 y 5.

A principios de septiembre de 1968 se comenzaron a hacer pruebas para iniciar un nuevo canal de televisión patrocinada por los industriales del grupo Monterrey, a la cual,

se le otorga la concesión a finales de ese mismo año para explotar el *Canal 8* de la televisión en la ciudad de México. El 25 de enero de 1969 se efectuó la inauguración oficial de Canal 8. Los señores Garza Sada eran los dueños del canal. Había gastos tremendos; se redujo personal; se realizó la programación comparativamente con la competencia; se contrató material importante en Estados Unidos, Europa y Argentina. Allí, en ese canal se empiezan programas como Chespirito y de variedades conducido por Raúl Velasco, entre otros.

La idea era hacer una televisión paralela, pues había que llevarle al público más opiniones y entretenimiento. Estuvo al frente el señor Joaquín Vargas, pues trabajó por mucho tiempo en radio en F.M. en la estación de EstereoRey de Monterrey. Después fue disminuyendo sus actividades porque atendió sus negocios (entre ellos la cadena Wings), que empezaban a incrementar; además en 1972 sale al aire FM Globo que empieza a formar parte a nivel nacional, perteneciente también al señor Vargas.

*"Habiendo estado en el canal 8, vi lo costoso que eran las producciones, pensé que se podrían hacer pequeñas producciones a costos menores de las máquinas de videotape que existían. De lo primero que hicimos fue una capacitación para los trabajadores del Wings, para las meseras a las cuales llamamos vendedoras. Tuvo tal éxito que después hicimos un curso para cajeros, cocineros, etc. Luego me pidieron que hiciera lo mismo para otras empresas. Se instaló una oficina en las calles de Fuyiyama y de ahí surgieron programas para publicistas, comerciales y pues así llevamos 8 años<sup>5</sup>".*

El señor Vargas fungió como Presidente de la Cámara de Radio difusión, quien durante su período le cambiaría de nombre: Industria de la Radio y Televisión. El canal 8, fue comprado poco a poco por el Grupo Alfa Monterrey, se tenían muchas acciones hasta que llegó un momento que quien mandaba en el canal 8, era el Grupo Monterrey. Empezaron a meter mucho dinero. Se quería competir con la programación del canal 2, lo que ocurrió que bajaran los precios de venta y subieron los costos de operación.

---

<sup>5</sup> ibidem. Página 299.

*"La situación de Telesistema Mexicano, a la que se había afectado en costos y precios de venta, también se empezó a poner muy difícil y aún cuando Telesistema no estuviera muy de acuerdo en unirse, las circunstancias y la muerte de Emilio Azcárraga Vidaurreta, dio motivo a los señores Garza Sada para que fueran a saludar a la familia Azcárraga. En el mes de septiembre de 1973 murió el señor Azcárraga<sup>6</sup>"*

Por fin y después de tanta indecisión por parte de los accionistas mayores de los canales existentes, el 8 de enero de 1973 empieza la unión de los mismos en una empresa llamada Televisa. El consejo quedó así: Presidente de la Compañía, Emilio Azcárraga; Vicepresidente Ejecutivo, Miguel Alemán, otros tres ejecutivos principales que mandaban en Telesistema Mexicano; un cuarto Vicepresidente que era Alfredo Martínez Urdal y como presidente de todos ellos, Rómulo O'Farril.

Ahora lo que se manejaba en Televisa eran noticias, ventas y producción. Todo esto con la colaboración de ambos lados: Telesistema Mexicano y la gente del Grupo Alfa que formaban una sola empresa. Al desaparecer el grupo Alfa, Telesistema adquirió todo "el paquete" que representaba Televisa y en el consejo en lugar de Bernardo Garza Sada, consejero propietario, quedó el Lic. Miguel Alemán Velasco.

El 8 de enero de 1973 se fusionan Telesistema Mexicano y canal 8 para formar Televisa (Televisión Vía Satélite S.A) que empezó a operar formalmente. El radio y los periódicos dedicaban su tiempo y sus espacios para hablar de tan relevante hecho. El esfuerzo era conjunto y no tardaron en aparecer las críticas de lo que era la televisión comercial (de hecho, se siguen haciendo y con justa razón) por su ambición de transmitir su señal a través de satélites.

En 1974 se fundó un satélite latinoamericano llamado Satelat, en el cual se vieron satisfechos los intereses de la empresa. Desde entonces el crecimiento de Televisa trae un poder económico y político fuerte. Televisa negoció con Estados Unidos para que en 1980 se contrataran los servicios del satélite de ese país, Wester III. Cinco años después, el 18 de mayo el estado puso en marcha un nuevo canal propio: Canal 7, lo que causó problemas técnicos y se tuvo que cambiar de frecuencia el canal 8 al actual canal 9.

---

<sup>6</sup> íbidem. Página 334.

Desde entonces Televisa seguía creciendo y volviendo filial a muchas empresas y lugares: seguía aumentando su capital, pero no es hasta el 19 de septiembre de 1985 cuando tiene pérdidas considerables a causa del famoso temblor que sacudió a sus instalaciones y a la ciudad completa. Pero Televisa, que tiene dinero para aventar al río, no le tomó mucho tiempo restaurar sus instalaciones, pues la industria de la televisión comercial y el país tenían un compromiso que cumplir con el Campeonato Mundial de Fútbol.

En ese mismo año se empieza a organizar el sistema ECO. Un sistema informativo en español con segmentos de noticias nacionales e internacionales permanentes las 24 horas del día vía satélite a 47 países en 3 continentes con 80 corresponsales en 52 naciones. En 1992 se pone en venta el canal 22 de Imevisión y se le otorga su manejo para fines culturales. En septiembre de 1993 se privatizan los canales 7 y 13, actualmente Televisión Azteca, que con nuevos estilos formatos y contenidos, hasta la fecha es rival fuerte y competitivo para Televisa.

Se observa que Televisa exporta 40 mil horas de video a más de 50 países y llega además vía satélite al Caribe, América Latina, Europa Occidental, El Norte de África y Estados Unidos, donde ofrece 24 horas de programación ininterrumpida. Abastece a filiales vía estaciones por cable y terrestres, conforma un aglomerado de compañías filiales en áreas afines a los medios masivos de comunicación. Televisa actualmente es dueño (o tiene filiales) de:

1.- **SISTEMA RADIOPOLIS** : Radio ; Omega ; Discos y Doblaje. La primera: en A.M las estaciones XEW, XEX, XEQ. En F.M 97.7, F.M Globo, W.F.M, 92.9 La Kebuena, entre otras. La segunda : que es el área de publicidad de Televisa. La tercera : Discos y Cintas Melody que nace en 1960, que maneja a 52 artistas que cubren distintos géneros musicales: Musivisa que graba y promueve alrededor de 70 grupos de música diversa; así como Fonovisa y América. Y la última : conformada por Audiomáster 3000 que nació en 1989 y realiza el 75% del doblaje en América Latina.

2.- **VÉNDOR**. Que desde hace 60 años con cobertura nacional ofrece sus servicios a 13 ciudades de la República que maneja 6,500 de las mismas.

- 3.- **PLAZA MÉXICO.** Que desde el 5 de febrero de 1946 tiene una capacidad para 42,192 aficionados con una temporada de corridas de noviembre a marzo. Y otra de novilladas de mayo a noviembre.
- 4.- **ESTADIO AZTECA.** Que en 1962 se empezó a construir. Tiene capacidad para 114,000 espectadores con palcos especiales y uno presidencial.
- 5.- **PROTELE.** (Productora de Teleprogramas S:A) Que se dedica al subtítulo, programación y distribución a nivel nacional de los programas que produce Televisa desde 1962. 45 países reciben o pueden solicitar los mismos en video. Cuenta además con los famosos pay per call (pago por llamada de temas diversos); Y también el sistema de ventas por teléfono, Ventel; que ofrece videos, ropa, aparatos eléctricos o domésticos.
- 6.- **CABLEVISIÓN.** Que da servicio de televisión por cable en el D.F y zonas aledañas desde hace más de 30 años. Transmite 200 horas diariamente con imagen directa vía satélite de las principales cadenas estadounidenses.
- 7.- **FUNDACIÓN CULTURAL TELEvisa.** Fundada en 1974 que inicia sus funciones con el programa "Introducción a la Universidad", realizada con la colaboración de la U.N.A.M que estuvo al aire hasta 1983. Esto incluye la cultura en documentales televisivos, exposiciones, conferencias, congresos, seminarios y más.
- 8.- **RENTA DE PELÍCULAS.** Incluye desde 1985 VideoVisa México, Video Latino, Video América, Video Visa Inc. (para Puerto Rico y U.S.A) y Central de Video; así como La Postproductora Qualli.
- 9.- **CENTRO CULTURAL ARTE CONTEMPORÁNEO.** Fundado en noviembre de 1986. Lugar que se presta para las exposiciones de arte, de fotografía y exhibición de temas diversos.
- 10.- **TELEVICINE.** Creada en 1987 que produce y coproduce video películas, películas de formato 35 mm. para su explotación comercial; así como los Televiteatros.
- 11.- **EDITORIAL ERES.** Que la conforman las revistas quincenales y/o mensuales Eres, Somos, TVy novelas, Teleguía, Vanidades, Cosmopolitan, etc.
- 12.- **SKYTEL.** Sistema de envío de mensajes por satélite que cubre 18 ciudades de México y su alcance abarca Canadá, U.S.A, Puerto Rico, y Las Islas Vírgenes. Su servicios son: mensajes prioritarios, almacenamiento de mensajes, llamado de grupo o

grupos y mensajes programados, lo que se llama el SkyBox "Buzón de Voz" todo a través de una pequeña terminal portátil que reciben los mismos.

13.- **EQUIPOS DE FÚTBOL SOCCER.** Adquirió América y Necaxa que juegan los 40 partidos del año, además (cuando llegan) de los encuentros nacionales de Campeonato.

14.- **EMISORAS DE TV EN PROVINCIA.** Son 38 las emisoras que la conforman y se enlazan con el D.F cuando se transmiten eventos especiales, etc. Entre ellas destacan por nivel de audiencia y transmisión: XEX, TV Canal 8, Cuernavaca; XHZ-TV Canal 5, Querétaro "El Zamorano"; y XHFM-TV Canal 9, Veracruz.

15.- **MERKATEL.** Que inicia sus operaciones el día 15 de noviembre de 1993. Surge de la idea de concentrar a una sola empresa las llamadas de servicios vía telefónica, de las distintas empresas que forman el grupo Televisa. Cuenta con alta tecnología en sus sistemas tanto telefónicos como de cómputo. Se inició junto con CVC, atendiendo la demanda telefónica en las áreas de venta y servicio de atención al cliente. En enero de 1994, le dio la bienvenida a Cablevisión dando servicio al cliente. En octubre de 1994 inició operaciones Ventel con 106 operadores que atienden sus llamadas.

16.- **OVACIONES.** Con el 51% de las acciones del periódico de los Gómez Parra. Los nuevos dueños de allí son Televisión y Editorial Pegaso que, "por casualidad" son Emilio Azcárraga, Miguel Alemán Milmo, Guillermo Cañedo, Alejandro Burillo y Zablodousky, entre otros.<sup>7</sup>

A continuación se hace un listado de las filiales y el porcentaje de acciones que posee Televisa:

Subsidiaria	% de Tenencia	Subsidiaria	% de Tenencia
Promotora Las Campanas	100	Radiópolis	100
Consorcio Pegaso	100	Grupo Telesistema	100
Grupo Televisa España	99.98	Promo Industrias Metropolitanas	56.66
Cablevisión	51	Editorial Ziff-Davis S de RL	50
Publicaciones Hispamex	50	Telemereadeo Alameda	50
Red Televisiva Megavisión	49	Georgette Mosbacher Enterprises	40
Dibujos Animados Diamex	36.72	Distribuidora Interocontinental	35
Univision Network Hold	25	Unión Iberica de Radio	25
Aeromar	21.47*		

<sup>7</sup> Fuente: Departamento de Publicidad y Propaganda de Cablevisión, 1996.

<sup>8</sup> Huerta José Ramón, 1996: "Los triunfos y tropiezos de 1996". Revista Expansión, Página 36.

Es innegable que en cualquier medio de comunicación masiva que nuestros ojos pongan en la mira, el nombre de TELEVISIA está siempre presente. Los 16 puntos anteriores son prueba contundente de ello; se cubren distintos géneros para el público de cualquier edad, sexo, gusto, e incluso nivel social; y aunque "en gustos se rompen géneros". Televisa está colocada como líder en comunicación masiva en nuestro país y bombardea sutilmente con publicidad al telespectador, ya no sólo mexicano, sino al resto de audiencia a nivel internacional.

Pero el famoso "Tigre" da zarpazos de acaparamiento en las comunicaciones masivas y no se rinde en su afán de aumentar el monopolio. Pese a la frustración de aliarse con la segunda empresa de televisión por cable más importante de U.S.A., Time Warner; y a la "derrota" con la asociación del gigante de las Telecomunicaciones, Bell Atlantic, Emilio Azcárraga Milmo se mantiene entre los primeros millonarios del país.

*"El segundo más rico en nuestro país con una suma que asciende a los 15.400 millones de dólares -sólo por debajo del dueño de Telmex, Carlos Slim que su cantidad supera los 16.600 millones de dólares<sup>9</sup>".*

Y pues cómo no tendrían tal cifra, si hasta el mes de abril de 1995, *"anunciarse en el noticiero 24 horas el precio de 180 segundos al aire es de 780 mil pesos; agregándole el demás dinero que se recibe por el tiempo restante al aire de toda la barra programática del día<sup>10</sup>".*

Con sólo alguna parte de éste imperio económico de dicho monopolio mexicano (fortuna que ha ido incrementando a través de los años y sus buenas relaciones con el gobierno), la terquedad de internacionalizar su empresa Emilio Azcárraga Milmo concreta una alianza con las empresas de televisión más importantes de América Latina y El Caribe para emitir conjuntamente programas de televisión vía satélite a todo el Continente Americano.

El 20 de noviembre de 1995 a las 10 de la noche; en el noticiero 24 horas se dio a conocer desde Nueva York una alianza integrada por: Fred Vierra de Telecommunications International (TCI); Robert Murdrock de News Data Corporation; ambos de Estados

---

Volúmen XXVIII.

<sup>9</sup> Varias Agencias. 5 de julio 1994. "Enlista Forbes a 24 mexicanos entre los más ricos del mundo". La Jornada. Páginas 1-40.

Unidos ; Robert Marrinho de Globo Brasil; Emilio Azcárraga de Grupo Televisa en México para formar el sistema DTH (siglas en inglés de Televisión Directa al Hogar) hacia toda América Latina.

El sistema denominado **SKY** dio el inicio a sus operaciones este año el cual, permite a los suscriptores directamente mediante unas antenas parabólicas un servicio de hasta 150 canales de televisión. Se manejó dentro del promo los adjetivos calificativos de Organizaciones Globo como experiencia. Grupo Televisa, liderazgo. News Corp ; compromiso y TCI, tecnología. "todas ellas uniéndose en una sola visión, vislumbrando el nuevo milenio". No podemos negar que Televisa con esta nueva alianza tendrá aumento en su economía, en su propia política y en su internacionalización<sup>11</sup>.

El 16 de abril 1997 muere Emilio Azcárraga Milmo dejándole toda su fortuna y el mando de la empresa a su hijo Emilio Azcárraga Jean. Hecho que ocasionó cambios en la dirección de Televisa. Decía en 1988 : "Yo soy un mexicano de convicción ; soy hasta cursi, viajo con chiles y todo eso, vivo en México, me encanta México y me voy a morir en México".

*"No se pudo. Emilio Azcárraga Milmo murió en su yate "ECO", anclado en el puerto de Miami, el miércoles 16, víctima de cáncer. En los Angeles, 32 días antes y después de su "chequeo médico", había anunciado que se retiraba de la presidencia y del Consejo de Administración del Grupo Televisa, que dejaba en manos de su hijo, Emilio Azcárraga Jean y de Guillermo Cañedo White"<sup>12</sup>.*

Y nombrar a Azcárraga Milmo, era controversia, pues pese a sus declaraciones fuertes sobre el objetivo o misión de su empresa, él así se expresaba :

*"México es un país de clase modesta muy jodida, que no va a salir de jodida. Para la televisión es una obligación llevar diversión a esa gente y sacarla de su triste realidad y de su futuro difícil. La clase media, la media baja, la media alta... los ricos, como yo, no somos clientes porque los ricos no compramos ni madre. En pocas palabras, nuestro mercado en este país es muy claro : la clase media popular. La clase exquisita,*

---

<sup>10</sup> Fuente : Junio 1995. Departamento de Publicidad y propaganda de Cablevisión.

<sup>11</sup> Consultar Anexo II.

<sup>12</sup> Revista Proceso. 20 de abril de 1997. EL legado de Azcárraga : un país menor de edad. No 1068.

Página 12.

*muy respetable, puede leer libros o Proceso para ver qué dice de Televisa. Estos pueden hacer muchas cosas que los divierten, pero la clase modesta, que es una clase fabulosa y digna, no tiene ninguna otra manera de vivir o de tener acceso a una distracción más que la televisión<sup>13</sup>”.*

La televisión comercial surgió como consecuencia del interés de algunos capitales privados en la introducción de la tecnología (que en otros países ya se había desarrollado), lo que permitió el establecimiento de un perfil mayoritario comercial; además que la sociedad misma determina el éxito o fracaso en la medida en que la televisión satisface las necesidades del entretenimiento.

Los grandes avances tecnológicos dentro de los medios masivos de comunicación, en éste caso la televisión, se desarrollan gracias a las necesidades y exigencias del mismo espectador; y se han dado nuevos avances cada día más sofisticados para darnos los 365 días del año “entretenimiento”.

Sin lugar a duda, Televisa es un monstruo impactante que a donde quiera que se vea, y por donde se le vea, la empresa está cubriendo ya al mundo entero. A cualquier lugar que volteemos el nombre del consorcio está inmerso, es un monopolio que nos bombardea visualmente todos los días de nuestra vida.

---

<sup>13</sup> *Ibidem*. Página 15.

## 1.2 LA APARICIÓN DE LA TELEVISIÓN POR CABLE EN MÉXICO.

Para abordar el tema de la aparición de la televisión por cable (tvc) en nuestro país, nos obliga a recurrir al surgimiento de este sistema en los Estados Unidos, porque consideramos que es de suma importancia mencionar los principios y el lugar de origen donde comenzó tan relevante sistema alterno de televisión. Su historia se remonta hacia finales de los años 40's en el país vecino del norte, que surge como una extensión de la televisión comercial, que se convirtió en una nueva fuente de programación y así de un gran competidor.

El sistema de televisión por cable nació por la ausencia de señal de televisión aérea que emitían aquellas primeras emisoras en aquellas zonas rurales entre 1947 y 1949, período en que se constituyó "la boom" inicial de la televisión hertziana. La recepción no era posible, pues los obstáculos orográficos situados entre la emisora y la comunidad local impedía la recepción directa de ondas, como cerros, montañas, etc.

La solución era fácil y rápida, más no barata. Era cuestión de colocar una antena lo suficientemente grande y sin obstáculos para recibir y mandar la señal al lugar deseado. Estas antenas "maestras" comenzaron en 1947 y 1948; (primeras antenas de televisión comunitaria de cierta amplitud "community antenna television o CATV" -más tarde TVC) en Astoria, Washington. A principios de 1949, el sistema funcionaba en forma cooperativa, sin lucro. Su crecimiento era lento pero seguro. Así pues, ese planteamiento fue copiado en diversos lugares. Dicen los libros que varios locales comerciales vendedores de televisores, se unían para comprar dicha antena y poder transmitir la señal, lo que implicaba, un aumento en las ventas de sus aparatos.

*"Y como era de esperarse, esa señal se convirtió después en un fin totalmente lucrativo. Una de las causas que originó la expansión de los sistemas de televisión por cable, se debió a la "congelación" establecida por la Comisión Federal de Comunicaciones (FCC) para instalar nuevas emisoras de televisión en los estados de Norteamérica<sup>14</sup>".*

---

<sup>14</sup> Bertrand Claude-Jean, López Escobar Esteban, 1990 : "La televisión por cable en América y Europa", Editorial Fundesco, Página 28.

En 1952, muchas de las nuevas estaciones locales instaladas fueron en UHF, unido a que los espectadores habituales de televisión no podían recibirla sin un adaptador especial; complicó las cosas y contribuyó a la extensión de la televisión por cable en este período inicial de su desarrollo, pues en ese año, 70 sistemas prestaban el servicio a más de 14,000 suscriptores. En 1955 concluyó la "congelación" y con la aparición de más emisoras de televisión, el número se había incrementado ya a 400 sistemas con 150.000 suscriptores.

*"El emplazamiento ideal para un sistema de antena comunitaria era una zona habitada, aledaña al área de cobertura de 2 o 3 emisoras de televisión. Este emplazamiento, permitía que una antena recibiera y distribuyera señales sin los gastos de enlaces de larga distancia o de un equipo complejo de amplificación"<sup>15</sup>.*

Solamente algunas emisoras se quejaron inicialmente de que mediante el cable se tomaban sus señales y se distribuían a los hogares a cambio de una cuota; y se consideraba como un medio también de ampliar la audiencia emisora de la televisión que no competía por los ingresos publicitarios.

*"La controversia en torno a la televisión por cable creció de modo continuo, a medida que se incrementaban los sistemas de cable a lo largo del decenio que concluyó en 1965, año en que comenzó la intervención de la FCC sobre la televisión por cable"<sup>16</sup>.*

El sistema competía con los teledifusores que estaban preocupados por el crecimiento del mismo, aunque había más televisoras en aquél entonces. Éstas competían con iniciativas comerciales planteadas para proporcionar un servicio de televisión a las poblaciones aisladas, ya se tratara de receptores, amplificadores o satélites. Todos ellos de diferente manera.

Utilizaban la radiodifusión hertziana para proporcionar la cobertura televisiva en esas áreas limitadas y no exigían pago alguno a los telespectadores locales. Esta situación de dispersión condujo cada vez más al uso de transmisiones por microondas a varios sistemas, ya que la transmisión aérea resultaba inadecuada la mayoría de las veces para la recepción a más de 100 kms; y el enlace de microondas era el más favorable y adecuado para el aumento de los kilómetros y para el mejoramiento de la misma señal.

---

<sup>15</sup> R. LeDuc : "Television and the F.C.C. : A crisis in Media Control", Páginas 70 y 71.

La mayoría de los sistemas de televisión por cable eran pertenecientes a la comunidad local, se trataba de operaciones caseras, que dio pie a realizar cambios y experimentos como: agregar un servicio musical a veces importado, también de una emisora distante que transmitía en F.M sin imagen; otro canal podía estar dedicado al clima y a la hora exacta, y como en 1952 se extendió la televisión educativa en Estados Unidos, era un tema también para ser agregado en los canales de televisión por cable de la nueva etapa que vivía el sistema.

En 1962, la FCC consideraba a la tvc como un servicio auxiliar de la televisión que habría de controlarse cuando fuera necesario proteger la programación local de las emisoras de la televisión hertziana.

El extraordinario crecimiento del cable de 1972 a 1982 se debió a dos factores: uno jurídico y otro tecnológico, y éste último ha sido el más importante. La causa fue el comienzo de los servicios distribuidos por satélite a los sistemas de televisión por cable. Cuando Home Box Office en 1975 ofreció su programación por medio de satélites a una antena terrestre receptora, se redujo el costo, por lo que dio fin al uso de antena comunitaria que resultaba insuficiente para tal magnitud del servicio de la comunidad.

En 1985, al ponerse en vigor Cable Communications Policy Act al sector cablero norteamericano representaba casi 6.000 sistemas que contaban con 43 millones de suscriptores. Hacia finales de los 80's el cable fue influyendo en el sector de la radio televisión, las cuotas de audiencia de las cadenas declinaron lentamente y la programación local dejó de ser prerrogativa exclusiva de las emisoras de radiotelevisión.

Los sistemas de televisión por cable que existen hoy en los Estados Unidos, México y el resto del mundo ofrecen una gran diversidad de programación y otros servicios para sus suscriptores. Con la televisión por cable, tiene ahora el usuario muchas más posibilidades de elección de programas y servicios en comparación estándar de las cadenas de televisión. Pero, ¿Qué pasó con ese sistema de televisión por cable en nuestro país?. Cabe destacar que fue muy similar a la de Estados Unidos porque efectivamente la televisión por cable nació en tierras aztecas debido a que en las ciudades que estaban lejanas al D.F no se captaban las señales de televisión libremente por vía aérea.

---

<sup>10</sup> Op. Cit. Pagina 29.

Es por eso, que fue necesario crear un medio de fácil acceso a esas señales que mandaban las emisoras de televisión de aquél invento extraordinario de la humanidad llamado televisión. De la misma manera en Estados Unidos, se colocaron antenas que recibían la señal y la transmitía hasta los hogares. La primer ciudad que tuvo el sistema de televisión por cable en la República Mexicana fue Nogales, Sonora en 1955, (5 años después de que se inaugurara oficialmente el primer canal comercial XHTV, Canal 4) la denominación o razón social perteneciente a este sistema fue del Señor Mario de la Fuente Flores<sup>17</sup>.

Conforme transcurrían los años, los telespectadores a lo largo y ancho de nuestro país requerían de este servicio de tvc, pues al tener su lugar de residencia distante a la capital, no podían disfrutar de la programación que se generaba en los canales 4, 5 y 8 de la capital. Esto era motivo para instalar un sistema de tvc en las ciudades del país, que aparte de transmitir "entretenimiento" a los suscriptores, era un buen generador de fines lucrativos.

Desde hace más de 4 décadas nace este sistema, mismo que a lo largo del tiempo alcanza un crecimiento sumamente importante en relación con el territorio mexicano. Las 216 poblaciones operando hasta el momento con el servicio de tvc, marcan un porcentaje alto de sociedades que desean tener el acceso a la señal que por algún motivo no llega en buenas condiciones.

A 40 años de su aparición, se manejaba la idea de plantear este negocio en el norte del país por su cercanía con los Estados Unidos. A 15 años de su aparición, es el año en que se dan el nacimiento de varios sistemas en la República: La SCT otorgó concesiones para operar el sistema a todo aquél que pretendía satisfacer las necesidades de los televidentes en su localidad. Prueba de ello, es que en ese entonces se otorgaron 13 permisos para brindar dicho servicio en nuestro país. Hecho que no se vuelve a repetir con tal disparo en concesiones hasta 1994, en donde se dan de alta 91 sistemas de televisión por cable en México.

Este aumento en número de permisos, indica que cada día más y más la gente desea tener otras opciones para ver televisión. No podemos negar que esta forma no es

---

<sup>17</sup> Consultar Anexo III.

nueva, tiene más de 4 décadas funcionando y que tendrá un crecimiento mucho mayor en futuros años, pues existen a diario poblaciones nuevas (y viejas) que desean tener acceso a "otra forma de ver televisión".

¿Pero qué es el servicio denominado por Cable? Poco se ha hablado del sistema de tvc, de hecho, en la "Máxima Casa de Estudios" sólo podemos encontrar 4 libros referentes al tema; y de existir más son en el idioma inglés y difícil de conseguirlos en nuestro país, además de tener un costo elevado. Reconocemos que no se le ha dado la importancia que merece dicho sistema en México, pues la gente sabe de su existencia por mera necesidad, pues si no tiene cable, no puede ver la televisión aérea debido a la lejanía con la ciudad de México; incluso en el mismo D.F. Por ejemplo, la colonia Del Valle necesita el sistema, pues con los edificios tan altos que conforman la colonia hacen interferencia y no permite la buena recepción de la televisión hertziana.

El servicio denominado cable es aquél que proporciona por su suscripción mediante sistemas de distribución de señales de video y audio a través de líneas físicas, con sus correspondientes equipos amplificadores, procesadores, derivados y accesorios que distribuyen señales de imagen y sonido a los suscriptores del servicio, según se manifiesta en el Reglamento del Servicio de Televisión por Cable en su primer capítulo, artículo segundo.

Estos servicios de televisión por cable se clasifican, según su naturaleza en concesionados y permisionados, mismos que son otorgados por la SCT. Los primeros: son los que proporcionan distribución de señales de tvc a los suscriptores y éstos estarán obligados a cubrir únicamente las cuotas que se autoricen por la prestación del mismo. Los segundos: son aquellos que proporcionan la distribución de señales de tvc a usuarios que estén obligados a contribuir para la adquisición de equipo, su instalación, operación y mantenimiento de los mismos, sin ánimo de lucro. Estos conceptos se estipulan en el Reglamento del Servicio de Televisión por Cable.

Se tienen sistemas operando desde hace más de 25 años en ciudades con estaciones televisoras de canales locales o nacionales, dando lugar a la corrección de tal concepto a uno que comprende a aquellos que cubren una función de circuito cerrado de televisión aunada a la de la antena comunal. Entre estas ciudades tenemos a Tijuana.

Monterrey, Guadalajara, León, Distrito Federal, así como la ciudad de Irapuato, Guanajuato, la cual es objeto de nuestro estudio.

Las fuentes de programación exclusiva para los canales de televisión de los servicios de tv. son varias y cubren desde aquellas señales que se captan u originan desde una población lejana y se transmiten a la de interés emplean una red de microondas o un canal vía satélite, hasta aquellos programas que se tienen grabados en videos por los cuales se cubre un alquiler (películas, documentales, etc). Otro tipo de programación puede ser aquella que se produce en la localidad del sistema en un pequeño estudio donde se pueda emplear para transmitir las noticias más relevantes de la localidad, el reporte meteorológico y/o aspectos que sean de interés general.

Las señales de tv. pueden ser obtenidas de 3 formas: captadas por una antena común; transportadas a través de enlaces de radio eléctricos ya sean terrestres o espaciales; o generadas localmente, ya sea en vivo o reproducidas del centro de control. Estas señales son llevadas por un cable especial a cada televisor doméstico. La programación que se distribuye a través de los sistemas de televisión por cable, se clasifican de 2 formas: programación generada localmente por el sistema; o programación distribuida procedente de estaciones radiodifusoras de televisión.

La recepción en cuanto a calidad y cantidad es mucha. Primero; porque su recepción en calidad es buena en provincia, pues sí se puede captar la señal sin ningún problema. Y en segunda; no se necesita de una antena parabólica para poder disfrutar de los programas estadounidenses que brindan las cadenas más importantes del lugar. Y por sólo una cuota mensual se recibe la señal de la televisión aérea y vía satélite en perfectas condiciones.

Se dice que la televisión aérea es mejor en calidad de recepción de imagen en el D.F y zona metropolitana, pero al tener el servicio de cable en la ciudad no es para recibir mejor señal, sino para tener más opciones. Y en provincia, no cabe duda que el cable es la mejor opción para disfrutar la señal de televisión, tanto comercial como de satélite. En provincia es costeable tener cable, pues de cualquier manera no se pueden ver los canales del aire, y en cada sistema de provincia se escoge la programación de ciertas cadenas estadounidenses que se envían vía satélite.

En la mayoría de los sistemas en provincia se ven canales que en el D.F se tendrían como paquetes y con costo adicional. Por poner un ejemplo: en provincia por sólo 100 pesos se ve un paquete de dos a tres canales adicionales (como lo es el caso de Irapuato) y en el D.F vendría por el costo de un sólo canal o de la programación de una cadena televisiva (ABC, CBS, CNN).

No cabe duda que la cantidad es buena en provincia más no en la ciudad de México. No es lo mismo tener 5 opciones por noticieros que 2 del mismo estilo en la televisión comercial. No es lo mismo brindar una diversificación de opiniones en cuanto a un hecho o suceso, que con una única opinión de un "distinguido" en el mundo de las comunicaciones en la televisión comercial. En concreto, al tener el sistema de tvc tenemos mayores opciones de elegir lo que más nos agrada o conviene entre varios programas de televisión y/o cadenas televisivas que forman toda una barra programática que no se encuentra dentro de la televisión convencional.

La causa más importante del resurgimiento del cable tras el estancamiento de los 70's fue el comienzo del servicio distribuido por satélite en los sistemas de cable. De allí que se diera un aumento en las concesiones en México.

En 1975, Home Box Office comenzó a ofrecer su programación por medio de satélite a los sistemas de cable, lo que fue atractivo para la audiencia y empujón para que se aumentara el crecimiento y penetración de la tvc en México. Con esto, los sistemas de cable se convirtieron en proveedores de una multitud de nuevos canales o cadenas televisivas que ofrecían películas, diferentes noticias y otros contenidos de interés común para un sector minoritario.

La programación que se recibe en México por los diferentes sistemas de cable lo proporcionan unos 50 canales estadounidenses que ofrecen el contenido de canales enteros. A su vez, estos canales consiguen parte de su programación en Hollywood de productores y distribuidores que ofrecen películas o series viejas. Los precios son cada día más caros y para películas de estreno aún más; y para obtener derechos exclusivos han impulsado a los usuarios de películas por cable a financiar algunas producciones originales, reteniendo la exclusividad por lo que a esto se le llama Pay Per View (Pago por Evento).

Pero para ver más se necesita pagar más, y los más conocidos patrocinadores y proveedores estadounidenses para México son los canales de pago como: Homme Box Office, ShowTime, The Movie Channel, entre otros, pero el que ha tenido mayor éxito hasta el momento es la cadena HBO. Esta compra a Hollywood las películas de gran éxito en taquilla y ofrece al suscriptor por lo menos 4 buenas al mes, con el fin de espaciarlas y transmitir las por pay per view. HBO es subsidiaria de Time Inc., la gran empresa editorial norteamericana, propietaria de varios sistemas de cable en Estados Unidos.

*"HBO en 1985 contaba con 14 millones de espectadores en Estados Unidos y México, mientras que los demás apenas alcanzaban la mitad de esa cifra. Fue el primer servicio de tv que se ofreció por satélite. Fue el único en su género de modo que su distribución, comercialización y estrategia de programación marcan la pauta en el sector"*<sup>18</sup>

ShowTime, el competidor de toda la vida, lo inició Viacom, empresa encargada de CBS Inc., que actualmente es propiedad de Telepromter (un propietario de múltiples sistemas del grupo W. y Viacom). Cinemax es un servicio hermanado con HBO y propiedad de Time Inc. Movie Channel que perteneció a la Warner Communications y Viacom, se unió con ShowTime en 1984 y la programación cinematográfica mensual debe incluir por lo menos éxitos de películas para todos los gustos y que atraiga a la familia. Una o más películas extranjeras y un conjunto de películas minoritarias, para grupos específicos, pero nos preguntamos ¿estarán incluidas en su programación el nuevo cine mexicano?.

Otros 2 canales que consiguieron pay per view fue el Disney Channel y PlayBoy Channel. El primero: programa series de aventuras y películas excepto los éxitos eternos del grandioso Disney como: La Bella Durmiente, Blanca Nieves y los 7 Enanos, etc., que se reservan para nuevas exhibiciones en las salas cinematográficas cada 7 años. Y lléndonos hasta el otro lado del sentimiento humano. El segundo; canal para adultos con programación de clasificación X. La mayoría dirigido a varones aunque también para mujeres. Este tipo de canales funcionan sin código de seguridad en el control remoto las 24 horas, obviamente muchos hoteles como suscriptores.

*"ESPN, se considera del servicio básico dominante de cable. Con programación deportiva es propiedad de la cadena ABC y WTBS que pertenece a Ted Turner, el creador de Cable News Network (CNN) y Cable HeadLines News. Otras cadenas de igual rating son 4 canales de teletexto: AP NewsCable, de la Associated Press; Reuters News View, de Reuter; UPI Data Cable, de la United Press International; y Dow Jones Cable News, de la compañía bursátil Dow Jones, que también es dueña del diario Wall Street Journal. Estos servicios proporcionan noticias económicas y financieras, incluyendo las cotizaciones bursátiles y los resultados de encuentros deportivos".<sup>19</sup>*

Es indudable que en las cadenas estadounidenses se encuentra una variedad absoluta de programación. Es por eso, que cada sistema aquí en nuestro país es libre de escoger su propia programación enviada vía satélite a sus centros de control receptores del sistema de cable. Entonces, va en función la elección de cada empresa mexicana el elegir su programación para el aumento o disminución de audiencia.

La televisión por cable por su gran importancia dentro de la vida social, económica, y cultural del país; y por el hecho de estar regulada por La Ley de Vías Generales de Comunicación, se le considera un servicio público concesionado por el Gobierno Federal, el cual para otorgar dicha concesión, queda establecida la asignación de 3 canales para su uso exclusivo y el de las propias comunidades. Esto representa que en este preciso momento existen 168 canales de televisión a disposición del Gobierno Federal. Dichos canales pueden o no utilizarse, pero están disponibles para su uso.

Dentro de la programación de alguna empresa de tvc se brinda el servicio social para sus suscriptores de campañas publicitarias para vacunación; exámenes periódicos de prevención contra el cáncer; promoción de una alimentación balanceada y la moderación en el consumo de alcohol, entre otros.

Pese a que se tienen ciertos canales sólo para transmitir este tipo de mensajes, no se hace a un lado el servicio que presta la industria de televisión por cable, que lejos de querer incrementar su economía, se encuentra cerca del modus vivendi de su suscriptor.

---

<sup>18</sup> Bertrand Claude -Jean Escobar Esteban. 1990 : "La televisión por cable en América y Europa". Editorial Fundesco. Página 72.

<sup>19</sup> Ibidem. Página 77.

Todo esto bajo el cumplimiento oportuno del Reglamento de Televisión por Cable; de La Ley de Radio y Televisión y de La Ley Federal de Comunicaciones. La labor social y la relevancia económica y comercial de estos servicios, los han convertido en una verdadera opción de difusión en muchas zonas de nuestro país y un valioso instrumento de promoción cultural, entretenimiento e integración familiar. El funcionamiento de la televisión por cable es muy sencillo. El sistema de tvc recibe en su **head-end** (central de procesamiento electrónico) 3 señales:

- \* Las de televisión y emisoras locales de radio en F.M por medio de antenas diseñadas para longitudes de ondas específicas.
- \* Las distantes de televisión transmitidas por microondas por medio de una antena de plato para las mismas.
- \* Y las señales de televisión y radio en F.M mediante una estación terrestre a través de un satélite geosincrónico de comunicaciones situado en la órbita de los 37.497 Kilómetros sobre el Ecuador.

Todas éstas señales recibidas en la central de procesamiento electrónico (**head-end**) se procesan, se estabilizan y se combinan para su retransmisión a los suscriptores por medio del sistema del cable. Después, son transmitidas por un cable central (**truck - cable**) a toda el área de servicio. Estos cables centrales o principales son un sistema de transporte de esas señales instalando normalmente en los postes de energía eléctrica o de teléfonos y si estos fueran subterráneos, el sistema de cable se instala también por debajo de la tierra.

Hay veces que las transmisiones por cable coaxial, la señal pierde fuerza cuando ha recorrido casi 60 metros, es por eso que se colocan los amplificadores en el cable central que tienen un segundo amplificador llamado "puente" donde pasando la señal por éstos últimos, pasa a los cables denominados "pilimentadores" (**feeders**), que se encuentran ya en las zonas donde se localizan los hogares de los suscriptores.

En este registro se conecta el "dispositivo" (**suscriber tap**) que a su vez se conecta a los televisores mediante un cable "auxiliar" (**drop cable**) que se conecta y se

instala de tal modo que llegue a la habitación donde está el aparato de televisión y/o receptor de radio F.M que desea recibir la señal ya procesada y estabilizada procedente de la central.

Si el usuario desea conectar más aparatos de televisión al sistema de tvc, necesita de un "distribuidor especial" (**splitter**) para dividir las señales a los dispersos aparatos. Y si alguno de los televisores fueran sólo para captar canales del 2 al 13 solamente (que no son digitales y no tienen alcance de 100 o más canales), es necesario utilizar un "convertidor" entre el cable auxiliar y los aparatos de televisión. Esto permite recibir las señales del sistema cable que exceden de la capacidad de recepción de los televisores de antaño.

¿Y cuáles son los costos mensuales para tener el sistema de televisión por cable? Bueno, es un costo realmente bajo al año, aunque los costos de la vida varían en función de la economía en cada estado de la República Mexicana. Los precios se adaptan a los mismos según la situación de cada estado. La tvc con su gran capacidad de canales, contribuye a saciar la enorme apetencia que los consumidores mexicanos sienten por la distribución electrónica de pluralidad de: diversión, información, programación, entretenimiento, y de servicios especializados, ya que en un promedio de 6 horas o más, el mexicano se dedica a ver televisión.

Son grandes consumidores de la industria de la tv y poco a poco van exigiendo mayor pluralidad de programas; además la televisión es el medio más rápido, fácil y económico de entretenimiento que conocemos. Pongamos un ejemplo:

Una familia con promedio de 5 personas, para ir al cine un domingo necesita: Primero; el dinero del transporte (pese a que tuviera su propio vehículo, gastaría en gasolina, estacionamiento o la propina de la vigilancia en las calles). Segundo; el dinero para los boletos de la función, que andan en promedio entre los 15 y los 20 pesos. Tercero; el famoso arte de colocar una dulcería en cada cine para cualquier tipo de antojo del paladar mexicano (que por lo menos se gastan 50 pesos en el departamento de la gula) dentro de las instalaciones. Y por último; el dinero del transporte de regreso (si es que no tienen carro).

Entonces, para el consumidor mexicano, ir al cine resulta una distracción muy cara por sólo 2 horas de entretenimiento. Lo anterior no es más que un ejemplo entre otros para ilustrar los costos de las diversiones y lo que deseamos destacar es que la tvc está ofreciendo una programación no disponible a través de la televisión hetziana: acontecimientos y servicios informativos diversos que llegan a un costo bajo. Todo esto provoca una mayor demanda de la tvc en México, de un cierto sector de la población (económicamente pudiente).

Las empresas de tvc nunca han negado que tienen un ánimo de lucro que responde a las necesidades y deseos del consumidor mexicano. No se ven así mismas como empresas de producción creativa: de hecho, dependen en gran medida de la programación y servicios que reciben de otras fuentes para obtener el contenido de su programación; no son más que un conducto para la producción procedente de otras fuentes a menos de que el sistema de tvc genere su propio canal y genere su propia barra programática.

Por otra parte, lo que se refiere a sus ingresos, la tvc depende del número de suscriptores. Las empresas de cable han prometido una programación muy bien cuidada (cosa que no es así) y sobre todo con facilidades para el acceso público. Lo que significa que si el cliente está pagando por un servicio adicional, la empresa de tvc lo debe cumplir y así obtener preferencia entre los suscriptores.

Los servicios adicionales son caros y servirán para fomentar el interés del futuro suscriptor, además hará que la empresa se vuelva más poderosa económicamente hablando. Además nunca se ha pasado por alto la posibilidad de ingresos adicionales procedentes de la publicidad vinculada a determinados programas locales (de hecho se lleva a cabo así desde hace algunos años). Indudablemente, las grandes posibilidades de beneficios de ésta se fundamentan en el enorme interés producido por la televisión por cable.

Para aquellos sistemas que no han iniciado la generación de un canal, puede resultar desconcertante la manera de hacerlo sobre todo en lo que se refiere en a programación a emplear, para lo cual, es aconsejable hacer una encuesta entre suscriptores como primer paso. En dicha actividad debe investigarse varios parámetros

como el horario, el contenido de la programación, la disponibilidad de pagar una cuota mayor o adicional por programación más exclusiva, la opinión sobre una participación activa de los suscriptores en programas locales, etc.

Otro punto a resolver es el cómo transmitir por cable, desde la elección del canal hasta cómo conectarlo al centro de recepción que, en muchos casos, se encuentra distante de la ciudad. Para la selección del canal, es necesario considerar las características técnicas de las cuales se diseñó el sistema y establecer los canales que pueda transmitir, de los cuales ya se emplean y se establecen los que están desocupados. También se consideran como ocupados los que emplean las estaciones locales si es el caso.

De los canales desocupados se escoge aquél que reúna más ventajas como no tener canales adyacentes, estar dentro de la banda normal de Very High Frequency (VHF), etc. De cualquier manera deberá escoger el equipo más adecuado para sus procesos, ya que las características técnicas brinden al suscriptor dependerán de ello.

*"Para la selección del equipo, debe tenerse en cuenta que tenga ciertas características técnicas como: nivel de salida necesario para alimentar al sistema, control automático de ganancia, respuesta de frecuencia plana dentro de su ancho de banda 6MHz, buen rechazo de canales adyacentes, control de la relación de niveles entre las portadoras de video y audio, así como su diseño con técnicas modernas".<sup>20</sup>*

Por lo que se refiere a conectar el sistema, la solución se da en base al diseño actual del sistema, al equipo activo (amplificadores) empleando, a la ubicación del estudio o lugar donde se tendrá el equipo de generación sea cual sea, y a la ubicación del centro de recepción o en algunos casos, el primer amplificador troncal con distribución. Dicha solución no solo debe contemplar el aspecto técnico, sino también el económico de la inversión así como de la operación y mantenimiento.

---

<sup>20</sup> Ing. Aguilera Hugo, Responsable del Centro de Control Operativo de Telecable del Centro. Entrevista realizada el 30 de mayo de 1995.

*"Son 3 formas de conectar la señal al sistema: La primera; es enviarla por el mismo cable coaxial desde el centro de generación hasta el de recepción, siempre y cuando se cuente con el equipo para alcanzar la capacidad bidireccional, sino pues, se instala inmediatamente. La Segunda; es la instalación de otro cable coaxial entre el estudio y el cerebro de recepción, quizá el primer amplificador troncal con distribución, si es que la línea troncal cubre algunos kilómetros de cerro sin servicio. Y la Tercera; es la de un enlace radioeléctrico similar a los que emplean algunas estaciones de radio entre el estudio y el cerebro empleando la llamada superbanda (251-311MHZ), desde luego, puede haber otras alternativas según las características de cada sistema, no olvidando el hecho de mantener calidad de las señales actualmente transmitidas aún después de agregar otros canales. Y por último, no debe pasarse por alto que un canal implica en sí una modificación del sistema, por el cual, es necesario contar con la debida autorización de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, así como, pues, considerar la inversión tanto en los planes anuales y quincenales, como en la revisión de la tarifa del servicio".<sup>21</sup>*

Para poder transmitir una señal generada que se pueda comercializar por un canal de televisión propio, es necesario que se establezcan los procedimientos para obtener una concesión por parte de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes para la instalación del mismo.

Primeramente, el servicio denominado por Cable, es aquel que se proporciona por su suscripción mediante sistemas de distribución de señales de video y audio a través de líneas físicas, con sus correspondientes equipos amplificadores, procesadores, derivadores y accesorios, que distribuyen señales de imagen y sonido a los suscriptores del servicio.

La Secretaría de Comunicaciones y Transportes es la encargada de proporcionar la concesión para instalar un sistema de Televisión por Cable. Para poder solicitar dicha concesión, se tiene que llenar una solicitud que la misma Secretaría proporciona, misma que deberá mencionar:

---

<sup>21</sup> *Ibidem.*

- *La clase de servicio que se desea proporcionar.*
- *Comprobante de nacionalidad mexicana de la persona física y moral.*
- *La ciudad o población en donde se pretenda servir, así como la información económica, demográfica o mercadológica de la misma.*
- *Presupuesto de inversiones y costo de operación estimados en general.*
- *Y una fianza para garantizar los trámites y pagos que deba efectuar por el estudio técnico que realice la misma Secretaría.*

La SCT revisará la solicitud y determinará si reúne los requisitos que señala la Ley de Vías Generales de Comunicación y el Reglamento de Televisión por Cable que resolverá si procede admitirla para su trámite o no.

Si el resultado de los estudios es favorable, dictará un acuerdo ordenando la continuación de los trámites de la solicitud, misma que será publicada a costa del interesado en dos ocasiones (con diferencia de 10 días) en el "Diario Oficial" de la Federación y en uno de los periódicos de mayor circulación del lugar donde se pretenda proporcionar el servicio de Televisión por Cable. Todo esto, con el fin de que durante un mes contado a partir de la fecha de la última publicación, las personas que pudieran ser afectadas presenten sus objeciones.

Cubriendo los requisitos señalados por La Ley de Vías Generales de Comunicación y El Reglamento de Televisión por Cable, La Secretaría de Comunicaciones y Transportes otorgará el permiso respectivo.

Las concesiones para instalar, operar y explotar un sistema de tvc tendrán vigencia de 15 años a partir de la fecha en que se inicie la operación comercial del sistema, y a su vencimiento se solicitará de nueva cuenta a la Secretaría otra concesión por 15 años, y así sucesivamente, misma que será revocable en cualquier momento a juicio de la Secretaría por violaciones a la Ley de Vías Generales de Comunicación y al Reglamento de Televisión por Cable.

La SCT, únicamente autorizará la instalación cuando hayan reunido las condiciones previstas en las normas técnicas de instalación y operación. Aprobará también si proceden los proyectos de ubicación y altura de la estructura o estructuras que

constituyen o soporten al sistema de recepción mismas que deberán sujetarse a los reglamentos y disposiciones administrativos relativas a la protección de la navegación aérea mexicana.

*"Los servicios de televisión por cable se clasifican, según su naturaleza, en concesionados y permisionados. Los primeros ; proporcionan distribución de señales de televisión por cable a los suscriptores y éstos estarán obligados a cubrir únicamente las cuotas que se autoricen por la prestación del mismo. Los segundos ; proporcionan la distribución de señales de televisión por cable a usuarios que están obligados a contribuir para la adquisición del equipo, su instalación, operación y mantenimiento de los mismos, sin ánimo de lucro".* <sup>22</sup>

Ya instalado el sistema de tvc, la operación del mismo comenzará diariamente a la hora en que se inicien las transmisiones de la primera estación de televisión que se distribuyen y deberán concluir no antes de que terminen de transmitir todas las estaciones de televisión, cuya señal se distribuya por el propio sistema, y no deberá suspender su funcionamiento salvo caso fortuito o de fuerza mayor.

El contenido de su programación se ajustará a las disposiciones legales establecidas en la Ley Federal de Radio y Televisión capítulo segundo y su título sexto en lo que sea aplicable, además de la Ley de Industria Cinematográfica, relativo a transmisiones. La programación que se distribuya a través del sistema de televisión por cable se clasifica de 2 formas : 1) programación generada localmente por el sistema 2) programación distribuida procedente de estaciones radiodifusoras de televisión.

Las señales que se difunden por un sistema de televisión por cable pueden obtenerse de las siguientes maneras :

- De las emisiones de estaciones televisoras destinadas a ser percibidas por el público en general.
- Del servicio de distribución de señales de satélite, ya sea de enlace nacional o extranjero.
- De la recepción incidental de señales de satélite, que se conducen mediante enlaces de microondas y de las que se generan en el propio sistema.

---

<sup>22</sup> Reglamento de la TV por Cable. 1995. Capítulo Primero. Artículos 3, 4 y 5.

*"El personal que opera y mantiene los sistemas de tvc, deberá desarrollar sus actividades de seguridad tales que se de incumplimiento a los aspectos nominativos relacionados con ruido ambiental, temperatura, iluminación, tensiones y corrientes eléctricas, descargas atmosféricas, protección contra incendios, etc. El equipo empleado para la operación del sistema de tvc, deberá cumplir con los requisitos de seguridad que establecen las disposiciones normativas. En general, se dará cumplimiento a las normas y reglamentos emitidos por la Secretaría de Comunicaciones y Transportes ; Secretaría de Comercio y Fomento Industrial ; Secretaría del Trabajo y Previsión Social ; Secretaría de Salud ; y Secretaría de Desarrollo Social "*.<sup>23</sup>

Una vez ya conocido lo esencial sobre la industria de la televisión por cable, desde su nacimiento en el país vecino hasta su llegada a nuestro país ; recorriendo ya su funcionamiento y expansión de dicha industria, en nuestro siguiente apartado trataremos del surgimiento de la televisión por cable en el D.F y su fuerte competencia como lo es Multivisión.

---

<sup>23</sup> Norma Oficial Mexicana, 4 de octubre 1993 : **"Especificaciones y Requerimientos para la instalación y operación de sistemas de televisión por cable"**.

### **1.3 OTRAS FORMAS DE VER TELEVISIÓN: CABLEVISIÓN Y MULTIVISIÓN.**

Cablevisión es un sistema vía cable que transmite su señal al D.F y área metropolitana. Nace el 4 de octubre de 1966, como enlace entre las Clínicas del Seguro Social y las dependencias del sector salud, para transmitir, en circuito cerrado operaciones quirúrgicas; programas educativos, de actualización y capacitación.

En 1966 la empresa realiza las gestiones necesarias ante todas y cada una de las Secretarías y/o Departamentos correspondientes para que se le sea otorgado el permiso para operar con un sistema abierto, ya que en 1968 Las Olimpiadas efectuadas en nuestro país fueran transmitidas en circuito cerrado.

Fecha de constitución de la sociedad: 4 de octubre de 1966.  
Fecha de inicio de operaciones: 20 de octubre de 1966.<sup>24</sup>

Comparecieron ante el Lic. Rafael Oliveros Delgado, titular de la notaría 26 los señores: Don Emilio Azcárraga Milmo: originario de San Antonio, Texas. 36 años de edad, casado e industrial. Don Darío Pastrana: originario del D.F. 47 años de edad, casado e industrial. Ingeniero Felipe Fernández González: originario de San Martín, Jalisco. 40 años de edad, casado e industrial. Licenciado Oscar Gutiérrez Villalobos: originario del D.F. 52 años de edad, casado y abogado. Licenciado Julio Barba Hurtado: originario del D.F. 33 años de edad, casado y abogado.

Quienes son conocidos con capacidad legal y dijeron que formalizan un contrato de Sociedad Anónima bajo la denominación de: Cable-visión S.A, con una duración de 50 años, con domicilio en Dr. Río de la Loza 182, México D.F; y cuyo objeto será:

---

<sup>24</sup> Datos del Registro CVI-661004 de La Secretaría de Hacienda y Crédito Público, 4 de octubre de 1966, México, D.F.

*"La prestación de toda clase de servicios, de instalación, reparación y mantenimiento de toda clase de aparatos receptores y amplificadores de radio y/o televisión con instalación en domicilios particulares, clubes, restaurantes, hoteles, oficinas, consultorios, talleres, fábricas, etc.; de equipos de recepción de señales en radio y/o televisión mediante cualquier sistema conocido, y por conocerse, y su mantenimiento."*<sup>25</sup>

Los socios suscriben las acciones en las proporciones siguientes:

NOMBRE	ACCIONES	CAPITAL
Azcárraga Milmo E.	2,500	\$250,000.00
Pastrana Darío	1,000	\$100,000.00
Ing.Fernández González F.	500	\$ 50,000.00
Lic. Gutiérrez Villalobos O.	500	\$ 50,000.00
Lic.Barba Hurtado J.	500	\$ 50,000.00 <sup>26</sup>

Quedando como Presidente: Emilio Azcárraga; Secretario: Lic. Gutiérrez Villalobos; Tesorero: Pastrana Darío. Se designa Comisario de la Sociedad al Lic. Barba Hurtado. Se designa Gerente General de la Sociedad al Sr. Pastrana Darío a quién se le otorga para dichos efectos poder general para pleitos cobranzas y para actos de administración.

En aquél entonces se contaba con un promedio de 124 kms; mediante los cuales, se pensaba distribuir la señal a las colonias de las que eran en ese entonces de la famosa "High Society" (alta sociedad). Las colonias eran Del Valle y Polanco, las cuales tenían 300 suscriptores y que de alguna manera, la recuperación de la inversión del tendido del cable podría realizarse de una manera rápida.

Para hacer posible éste, el tendido de cable, tenía que pasar necesariamente por enfrente de la casa de los usuarios; y para ello, el 16 de junio de 1967 se realiza un convenio con la compañía de Luz y Fuerza del Centro S.A , para el uso del poste de luz.

---

<sup>25</sup> Ibidem.

propiedad de la misma compañía. Y con esto, se realizó el primer paso para introducir la televisión por cable en el Distrito Federal.

Esto resultaba práctico, pues si fuese subterráneo presentaría dificultades de mantenimiento y compostura que resultaría afectado con obras como el drenaje y futuras construcciones de los que la Secretaría de Comunicaciones y Transportes tenía planeado para la Red del Sistema Colectivo de Transporte Metro. Si esto se hubiese llevado a cabo, el problema de mantenimiento del cableado, hubiera sido imposible, pues gracias a todas las líneas de transporte subterráneas de las que gozamos hoy, serían un impedimento forzoso.

Cablevisión durante muchos años fue la única compañía que ofrecía variedad de canales en la programación de la televisión mexicana, hasta que aparece la empresa Multivisión, pero su señal era la única enviada vía cable al Distrito Federal y zona metropolitana. En 1971 el servicio se extiende a Lomas de Chapultepec, Lomas Hipódromo y Lomas Santa Fe, alcanzando los 280 kms. de distribución. En 1973, se les ofrece servicio a las colonias Nápoles y Anzures.

Poco a poco Cablevisión veía que no sólo las clases pudientes querían disfrutar de una programación variada y empezó con los planes y trámites para brindarles su servicio a las colonias de la ciudad. Es hasta el día 28 de agosto de 1974 cuando la Secretaría de Comunicaciones y Transportes le da la concesión definitiva. Esa concesión, menciona también que dicha empresa prestará sus servicios a la ciudad de México y colonias circunvecinas del Estado de México a partir de esa fecha y hasta el 29 de agosto de 1989.

Se le autorizó la transmisión de 12 canales estableciéndose expresamente la prohibición de incluir todo tipo de publicidad y propaganda. Para ese entonces, se contaba con la cifra de 531 kms. cableados: pues también se le dio servicio a la colonia del Pedregal, Bosque de Echegaray y Satélite con un promedio de 6.939 suscriptores. Para el año siguiente (1975) se construye en Valle Sur, San Ángel, Las Águilas y La Florida. Posteriormente en 1976, las colonias Narvarte y Coyoacán.

---

<sup>26</sup> íbidem.

En ese mismo año, entra al aire el canal 20. Ya para 1978 se tenían 771 kms. cableados con un promedio de 15,848 suscriptores. Inicia también el canal 16 de películas sin cortes y subtituladas en español.

*"Año 1982 resulta benéfico para la empresa, pues se tenían 56,017 afiliados al sistema de televisión por cable que disfrutaban los 11 canales que ofrecía la empresa, más seis de la televisión aérea (2, 4, 5, 8, 11 y 13). Tenían 903 kms. de tendido. En 1986 la empresa ofrecía la señal de los ocho canales abiertos (2, 4, 5 de Televisa. El 9, de Televisa-UNAM. 7, 11, 13 y 22 UHF del Estado), más ocho canales de cable : 7, 10 en Inglés; 23, con películas subtituladas en español; 19, CNN dedicado básicamente a los niños y un canal de videos. Su cableado entonces era de 1.175 kms".<sup>27</sup>*

Como Cablevisión es parte del Grupo Televisa, dispone para su operación la infraestructura de equipos, instalaciones y personal de los canales de televisión aérea, en los cuales, se apoya y con ellos establece un intercambio de programación- aunque pase lo que pase. llueve, truene o relampaguee- se reserva la primicia de ciertos mensajes al cable, que implican dinero en beneficio de la empresa.

En ese año la Cámara Nacional de la Industria de la Televisión por Cable (CANITEC) manifestó su admiración por la empresa, puesto que contaba con 300 trabajadores a su servicio, que eran demasiados a comparación de los sistemas de cable en el resto de la República que sólo contaban con 10.

Pero, cómo pudieron atreverse a realizar dicha comparación, si cualquiera sabe que las empresas de provincia no tenían, para empezar ; la transmisión, ni la cantidad de suscriptores, ni mucho menos el dinero para poder sacar al aire producciones de tal magnitud. Las investigaciones se realizan en cuestión y en función del número de pobladores de la zona, del estudio socioeconómico de la localidad y de la economía de la misma empresa.

---

<sup>27</sup> Covi Druetta, 1990 : Cuaderno de Ciencias de la Comunicación. "La televisión por cable : El caso mexicano", Número 1-1990

El sistema de Cablevisión maneja 3 tipos de contenidos:

- \* Los canales locales que generan su propia programación.
- \* Los canales abiertos del D.F que se repite en los estados a través del cable supliendo así la carencia de una red de cobertura nacional.
- \* Y por último las señales tomadas directamente de Estados Unidos.

Tanto los sistemas de cable intercambian series, películas, programas especiales, etc, como los sistemas abiertos de televisión aérea. Participa Televisa directamente por medio de Tecnicable y Cablepelículas (empresas con la que son filiales también), al mismo tiempo Galavisión da servicio de cable al sur de los Estados Unidos, cubriendo un importante sector de la población hispanoparlante radicada en ese país.

Las señales provenientes del extranjero, se originan en San Diego, Los Angeles, San Antonio y Laredo, entre otros lugares, Las Cadenas ABC, NBC y CBS son también proveedoras de programación importada.

Cablevisión tiene una desventaja con las antenas parabólicas que tanto las videocassetteras como las antenas mismas luchan por un mismo público. El cable ofrece fundamentalmente programas y películas recientes, o señal directa de Estados Unidos. La diferencia está en que por el cable se paga la instalación y una cuota mensual, mientras que por las antenas y videocassetteras sólo es necesario una inversión inicial. (El posible consumo de luz y la renta de películas a la larga es mínima la inversión).

Cablevisión tiene la siguiente programación del sistema básico las 24 horas del

día :

Canal	Nombre	Tipo de Programacion
2	Preview Latino	Aparece la programación del día
3	NEWTV Canal 2	Canal del aire
4	NHTV Canal 4	Canal del aire
6	ECO	Sistema Informativo
7	Deutsch Welle	Canal alemán de programación varia
9	Fox Sports	Deportes
8	XHGC Canal 5	Canal del aire
10	NEQ Canal 9	Canal del aire
11	XEIPN Canal 11	Canal del aire
12	Warner Bros	Programacion varia subtitulada

13	Discovery (español)	Documentales, reportajes y programas de investigación
14	Canal 7	Canal del aire
15	XHDF Canal 13	Canal del aire
16	Cartoon Network	Caricaturas en inglés y español.
17	Ritmoson	Videos de música latina (salsa y tropical)
18	Telehit	Videos varios en español y programas en vivo
19	Cinema Golden Choice I	Películas subtituladas sin cortes
20	Cinema Golden Choice II	Transmisión diferida de Cinema Golden Choice I.
21	Corte Latino	Películas mexicanas
22	Canal 22	Canal del aire
23	Unicable	Programación diversa en español
24	Sony Entertainment	Programación diversa subtítulada al español.
25	Cable ESPN	Deportes
29	Mundo Ole	Documentales, reportajes y más
30	MTV	Videos en Inglés y Español
31	E! Entertainment	Programación varia en Inglés
35	TV Española	Programacion varia
41	CNI	Canal del aire <sup>28</sup>

Hasta el 31 de mayo de 1997, la programación de Cablevisión se encuentra variada más no cubre perfectamente las necesidades del suscriptor, pues no cumple satisfactoriamente con los objetivos que la empresa se ha marcado. Solamente hay dos canales para niños (aparte del canal 5 del aire) que es Cartoon Network y Warner Channel que transmiten su señal vía satélite y "curiosamente" varias caricaturas se pueden apreciar los fines de semana en el canal 5, nadamás que con capítulos diferidos.

Desde nuestro punto de vista, los canales dedicados a Cinema Golden Choice I y II, no cumple con el satisfactor que busca el televidente, pues son películas viejas que se repiten constantemente durante el mes, y no obstante, se difiere la programación de Cinema Golden Choice I al II. Eso, nos causa la impresión que sólo pretenden rellenar un espacio al aire con repeticiones absurdas.

El canal 6 perteneciente al sistema ECO, lo tiene también la televisión aérea, entonces, ¿se está pagando por un servicio adicional? El televidente lo que busca es programación en Inglés y no ver programas del aire. Desde que la tvc se ofrece al público como un servicio que ofrece programación distinta a la de tv aérea lo debe de cumplir. Si

<sup>28</sup> Departamento de Publicidad, Propaganda y Programación de Cablevisión.

abundan programas de televisión abierta el suscriptor protesta porque exige que se le sea cumplido lo acordado que es tener programación diferente.

Uno de los programas que causó furor cuando inició fue "El Calabozo" por el canal 18 a las 3 de la tarde, mismo que rompe cualquier formato de programación juvenil en la historia de la televisión comercial y por cable. Este programa levantó un rating increíble, y como consecuencia, la empresa Televisa decidió transmitirlo por el canal 5 del aire a las 11:30 de la noche y diferido hasta por 5 días, pero, ¿no es preferible verlo diferido y no pagar un costo adicional?; entonces, ¿es un supuesto servicio extra en Cablevisión, si los demás también disfrutan de él en la televisión comercial?.

El atractivo para el suscriptor es que se le ofrece un servicio distinto a la televisión hertziana: programas diferentes, incluso en Inglés; mayores opciones televisivas y si la empresa de tvc no cumple, causa un número increíble de quejas y por consecuencia de cancelaciones.

Entonces, el sistema -a nuestro modo de ver- no resulta benéfico del todo para el telespectador, pues se le maneja la idea de realizar una inversión mínima a cambio de disfrutar más programación, de allí el slogan "Más imagen a tu televisión", pero si en realidad desea ver más programación, se necesita recurrir a los famosos paquetes a la carta por una renta mensual extra, y obviamente para verlos, es necesario un decodificador (con otro costo más) que le permite ver estos canales adicionales. Y solamente de esa manera sí se puede tener una pluralidad televisiva.

Al momento de aparecer realmente como competencia Multivisión en el mercado, Cablevisión está llevando a cabo un programa de cambio total y generalizado en sus sistemas y objetivos dentro de la empresa denominada televisión por cable. Se está llevando a cabo un proyecto para planear mejor la programación y hasta el momento se tienen unos "famosos stands" en tiendas de autoservicio de la ciudad para que los suscriptores puedan realizar cualquier tipo de aclaración o pago en los mismos.

Idea totalmente pirateada de Multivisión. ¿Hasta cuando la "máxima" empresa de televisión por cable en México seguirá sus propios pasos con ideas totalmente propias?.

*"Cablevisión... ha buscado desde 1990, recuperar un mercado que ha olvidado durante muchos años, para hacer frente a la competencia que representa Multivisión, con una señal de super alta frecuencia por aire, y por otro lado, la posibilidad de un mayor margen de ganancias al introducir anuncios (en las primeras transmisiones no existían los anuncios publicitarios), hecho que fue permitido en abril de aquél año mediante un acuerdo presidencial. "La comercialización de canales de pago está sujeto a que dichos emisores que produzca 20% de lo que transmiten..."<sup>29</sup>*

Cablevisión como filial de Televisa, busca su expansión en el terreno de las comunicaciones, para que de cualquier manera, tenga siempre un paso adelante en lo económico e industrial.

Azcárraga busca una alianza con el único mexicano que supera su fortuna, Carlos Slim al venderle el 49% de sus acciones, lo cual, busca en ello darle un impulso definitivo a la televisión por cable (situación que necesita urgentemente desde hace ya unos años); y que con todo esto, se utilizarán los servicios telefónicos y de fibra óptica para mejorar y acrecentar los servicios de cable.

Pero, después de que nosotros hemos colaborado por más de un año para dicha empresa, y sabiendo cuán deficiente es el servicio, ¿sabrán los altos directivos de ambas empresas qué tan degradada está la calidad del mismo?, ¿Podrán darse cuenta del porcentaje de suscriptores que se quejan y cancelan al mes?, ¿Qué tan urgente es dar una atención especializada y un giro constante a la programación misma?. ¿Con qué rapidez se tienen que resolver los problemas técnicos y administrativos que se presentan a diario?.

A nosotros no nos tomó más de 15 días en darnos cuenta. Cablevisión desea acaparar nuevamente a los suscriptores que ha perdido en los últimos años ofreciendo una serie de promociones, sin darse cuenta que los ex-suscriptores ni regalado lo quieren, los usuarios quieren el servicio de Multivisión. Basta revisar las listas de ambas empresas en las cuales se encuentra el número de suscripciones, que en el corto tiempo que lleva ésta última ha superado a la primera, teniendo Cablevisión más años en el mercado y más

---

<sup>29</sup> Toussaint Florence, 13 de enero de 1995. "Cablevisión", Revista Proceso, Número 793. Pp. 55-58.

cancelaciones. Eso nos hace suponer que las técnicas de venta y estrategias publicitarias que Cablevisión utiliza no le han sido satisfactorias.

Cablevisión despierta y desea acaparar nuevamente el terreno perdido, pero ¿ésta empresa de televisión por cable se encuentra al nivel de calidad que ofrecen ahora los sistemas de DTH?, y de ser así o tener otros motivos para hacerlo, ¿cuánto tiempo le tomaría llevar a cabo su plan?.

Sabemos que no es fácil, pero con la ayuda de gente experimentada en los departamentos que integran dicha empresa; con un plan bien fundamentado, planeado, objetivizado, y analizado que prevea a corto, mediano y largo plazo los alcances de la misma, se podrá lograr un incremento en los suscriptores y el gusto y preferencia de un público que está en busca del buen servicio que pueda ofrecer la televisión por cable en México.

MVS Multivisión, nace en septiembre de 1989 y es hasta 1990 cuando surge el slogan de "La otra televisión", que durante esos años presentó un crecimiento constante y sólido.

En un principio, el equipo y la antena de recepción se vendían, por lo que pasaba a ser parte del suscriptor, lo que implicaba una inversión de 2 mil pesos. Después se le dió la facilidad al suscriptor de dar un pago inicial y a 5 años liquidar su saldo correspondiente. A partir de 1992, el cliente se suscribe y el equipo ya no es de su propiedad, sino de la empresa; ésto significa que ya no se venden equipos sino suscripciones, lo que les permite mayor incremento en cuanto a dinero para la empresa.

En 1994 presenta proyectos y objetivos, así como planes y expectativas ambiciosos mucho mayores que en años anteriores, para lograr una perfecta comunión entre el televidente, la casa productora y el anunciante : sin olvidar jamás la economía entre ellas.

El contenido de la empresa se debe en gran parte al contenido de su programación, ya que por ser una empresa mexicana, dirigida a público mexicano, ha incrementado en éstos 5 años al aire el porcentaje de su programación en español del 30% en 1989 al 85% hoy día.

Quizá el buen resultado que están obteniendo se deba a que el diseño de su programación no se basa sólo en la retransmisión de aquellas señales provenientes del extranjero, sino en la estructuración de sus programas, los cuales, dependen de los perfiles de audiencia y los horarios de transmisión que permiten brindar una captación de programación sobre le televidente.

Para diseñar la programación de los canales de Multivisión, utilizan 3 recursos básicos de los cuales pueden ofrecer a los suscriptores, canales con personalidad y estilos propios. Estos 3 puntos son: la adquisición de derechos; la contratación de señales y por último la producción propia. El 75% es transmitida por la empresa en lo que se refiere a la programación. En 1991, para satisfacer los requerimientos del público, los canales crecieron de 8 a 12. En 1992, a 16 canales. En 1993 cerraron con 20. Además gracias a la Compresión Digital, (innovador sistema por medio del cual es subir 6 señales por un sólo transponder) le permite contar con 18 canales con cobertura nacional, y con el lanzamiento de los satélites Solidaridad I y II, seis de éstos tienen la cobertura en Centro y Sudamérica.

*"Cabe decir que Multivisión es la primera empresa comercial de televisión que opera con Compresión Digital a partir de marzo de 1993".<sup>30</sup>*

En poco tiempo Multivisión ha tenido un crecimiento considerable en cobertura y programación en casi toda la República Mexicana. Su señal es enviada al Valle de México vía aérea y al resto del territorio mexicano vía microondas y satélite. En 5 años tiene un éxito tal en el ramo de las comunicaciones, que gracias al sistema técnico (que aunque apareció 20 años después que Cablevisión) le favoreció, pues es una señal que se codifica ( por medio de una antena) y le da ganancia en la transmisión y cobertura. A diferencia de Cablevisión que su señal es vía cable y la recepción se disminuye por "el pirateado" masivo que existe en la ciudad, además de que no en todos los domicilios se puede ofrecer el servicio :

---

<sup>30</sup> Fonseca Sergio. Coordinador de Producción de Multivisión. Entrevista realizada el 10 abril de 1995.

*"Físicamente se puede identificar un fuera de área, por las siguientes razones : 1) rebasa más de 60 metros la acometida (cable) del televisor al poste de luz. 2) No existía línea de distribución cerca del área. 3) Problemas técnicos, como pueden ser : líneas de trolebús, alta tensión, cruces muy largos o tendido horizontal sobre la calle"*<sup>31</sup>

Las cifras de los suscriptores en el Valle de México han aumentado considerablemente: En el mes de diciembre de 1989 se contaban con 9.000. En 1990, la cifra ascendió a los 34.000 suscriptores. En 1991, 115.000 teleespectadores disfrutaban del servicio que ofrecía Multivisión y para diciembre de 1995 la cifra se había incrementado ya a 407.000 suscriptores que reciben la señal los 365 días del año.

Multivisión también cuenta con suscriptores en todo el interior del país, que pertenecen a uno de los 118 sistemas afiliados a la Televisión por Cable - que de alguna manera - y de acuerdo con la programación transmitida por cada uno de éstos sistemas, cuentan con canales de Multivisión, lo que significa que más de 850.000 telehogares disfrutan de su programación.

Es importante mencionar que estas cifras son los datos obtenidos de las investigaciones correspondientes que se hicieron en 1993. A cuatro años de dicha recopilación, las cifras han aumentado favorablemente: lo que nos da pie a elevar el número de telespectadores en un 20% en cada una de las plazas.

118 sistemas más 75 extensiones de televisión por cable en las ciudades de la República, indica que a partir de los enlaces con estos sistemas su aumento ha quedado registrado con más de 850.000 telehogares con un promedio de 5 personas por hogar; cifras que hoy día incrementan a más de 6 millones de televidentes en toda la República Mexicana.<sup>32</sup>

En el año 1989, desde que inauguraron el sistema en el mes de septiembre, el número de suscriptores en el Valle de México aumentó cerca de 34.000 en el primer año de transmisión, a 280.000, lo que refleja que estas cifras sumadas a todas las de los

---

<sup>31</sup> Tercer Manual de Servicio al Cliente : Cablevisión. Página 3.

<sup>32</sup> Según el reporte de la encuesta realizada el año pasado a 4000 espectadores y analizada por la agencia Nielsen.

sistemas del interior del país, arrojan un total de más de 1,100,000 suscriptores en los canales nacionales que ofrece Multivisión.

Los canales que incluye la programación en el sistema básico que se transmite diariamente en la empresa a sus suscriptores es la siguiente:

**TELE UNO "EL PRIMERO"**. Un canal con programación para toda la familia. Cuenta con series clásicas que han hecho época. Además incluye en su programación películas, caricaturas y miniseries. Tiene una transmisión nacional. El perfil de audiencia, según las encuestas realizadas en 1994 son : 27.2% para el jefe de familia; 37.8% las amas de casa. Los adultos menores de 25 años representan un 11%; los niños menores de 13 años un 10% y los jóvenes entre los 13 y 17 nos dan el 8%; así como el 6% representado por jóvenes entre los 18 y 24 años.

**MULTIDEPORTE "UN CANAL DE RESULTADOS"**. Un canal deportivo que cuenta con la señal deportiva del mundo: ESPN. Maneja programas de producción propia como "Score Final", "Mundo Deportivo", "Los Profesionales", "Gana y Oro", apoyado por un grupo de comentaristas especializados de las diferentes disciplinas deportivas. Su transmisión es nacional. En cuanto al perfil de audiencia el Jefe de Familia se lleva un 37% siguiéndole con el 18% el ama de casa.

**MULTICINEMA**. Transmite la señal íntegra las 24 hrs. del día, pero en español; el tipo de películas corresponde a todas las épocas, escuchadas con un fastidioso acento catalán a los personajes de nuestros filmes favoritos. Su transmisión es semianual con un 40% de audiencia para el jefe de familia y un 60% para el ama de casa.

**ZAZ "LOS NIÑOS"**. El primer canal infantil en español en México aparte de las caricaturas del aire. Transmite las 24 hrs. A partir de las 8 p.m series que tratan de evitar la violencia y cuyo tema principal es la unión familiar. Su transmisión es nacional. Los niños menores de 12 años tienen el perfil de audiencia en éste canal.

**USA**. Series de suspenso, acción y misterio de los 80's conforman la barra programática del canal. Su transmisión es semianual. El jefe de familia y el ama de casa son líder en un 43% y 20% respectivamente, en el perfil de audiencia del canal.

ANTENA TRES. Canal dedicado especialmente para la mujer, telenovelas con producciones varias y series famosas de antaño. Su transmisión es seminacional. Las amas de casa son líder en un 52% en el perfil de audiencia.

MAS. Canal de programación varía con todo tipo de segmentos las 24 horas, dedicado para toda la familia, pues cubre la mayoría de los gustos de diversas edades. Su transmisión es seminacional. Las amas de casa se presentan en primera posición con preferencia al mismo con un 57% en el perfil de la audiencia.

MVS "CANAL DE SERVICIO". Este es un canal generado propiamente por la empresa con el objeto de facilitar a los suscriptores el acceso a la programación que se transmite en la compañía en donde aparece automáticamente un menú con imágenes de los programas que se están transmitiendo en ese momento y en las dos horas subsecuentes. De esta manera, el suscriptor puede elegir de inmediato el canal que desea ver sin necesidad de que con el control remoto le esté cambiando cada momento. Su transmisión es local.

Con ésta programación se cubre cualquier edad del posible espectador y de igual manera, los gustos del sexo tanto femenino como masculino quedan cubiertos. Ofrece la empresa también una revista mensual donde viene incluida la programación del mes, misma en donde el perfil del lector se basa en el suscriptor mismo de televisión de paga. Multivisión.<sup>33</sup>

De esta manera podemos destacar la importancia de la televisión por cable, ya que quien desea ver más programación por una renta fija al mes, necesita indispensablemente, contratar su servicio para obtener mayor diversidad de programas en su aparato receptor.

Y para finalizar éste apartado, diremos que las ventajas de tener televisión por cable, son cada día más. Se tienen más canales por opción que los comerciales, que se limitan a 9 (y eso depende si llega o no la señal); ofrece una buena calidad de señal pero sólo a la zona metropolitana; la televisión por cable ofrece nitidez y calidad en su señal enviada a todas las poblaciones de la República Mexicana por medio del sistema.

---

<sup>33</sup> *Ibidem.*

Hasta el público más exigente encuentra mayor efectividad en cuanto a contenido, calidad y cantidad en la programación, y por un poco más, se goza de mayor entretenimiento, diversión e información en el servicio de la televisión por cable.

Como cada día existe una mayor competencia entre programaciones de la televisión por cable que obliga a la mejoría de las mismas; lo que implica es que se encuentre cada vez menos anuncios comerciales en la televisión por cable que en la comercial, lo cual, se vuelve una ventaja para el telespectador, pero quizá no tanto para la empresa que se subsidia de la renta mensual de cada suscriptor y del aumento de la misma periódicamente.

Tener el sistema de cable implica también tener la primicia de eventos especiales llámese conciertos, peleas, películas, entrega de premios de tal o cual cosa, entre muchas otras ventajas más. El tener buen contenido en los programas transmitidos por el sistema de televisión por cable se vuelve necesario para las empresas, pues la televisión es indispensable en la vida de cualquier ser humano y el satisfacer sus gustos en ese ámbito resulta una excelente vía para lograr un negocio sumamente exitoso, económicamente hablando.

Después de haber desglosado y explicado cada uno de los canales del servicio básico que posee Multivisión, encontraremos que efectivamente hay pluralidad en cuanto a gustos, pero consideramos que sería favorable para la empresa quitar las series y programas de antaño para que de esa manera, logre aún más incrementar su número de suscriptores y presentarse a un nivel competitivo fuerte que se presenta hoy día con los sistemas alternos de televisión como lo es el Direct To Home.

**CAPITULO 2**

**"HISTORIA DE LA TELEVISIÓN POR CABLE EN  
IRAPUATO, GUANAJUATO"**

## **2.1 HISTORIA DE LA TELEVISIÓN POR CABLE EN IRAPUATO, GUANAJUATO.**

Una vez que en el capítulo anterior hemos descrito la manera en que surge la televisión por cable en México, la manera en que funciona y platicamos de las dos empresas que integran otras formas de ver televisión, podemos empezar a desarrollar nuestro segundo capítulo, la historia de la televisión por cable en Irapuato, Guanajuato. La ciudad se encuentra geográficamente bien situada : al norte 20° 51', al sur 20° 30' de latitud norte, al este 101° 08' y al oeste 101° 34' de longitud oeste. Representa el 2.6% de la superficie del Estado ; consta con un número de habitantes que asciende a los 365,864 según estadísticas del INEGI en el censo realizado el año 1990.

La ciudad ha crecido considerablemente en los últimos años. El aumento de su población se ve reflejado en el incremento tanto en su extensión territorial como de sus necesidades. Los medios de comunicación con los que contaba (radio y prensa) no le eran suficientes. La población necesitaba algo más que información en periódico o en la radio, hacía falta entretenimiento. Y es por eso, que era necesario crear una empresa de televisión por cable que pudiera ofrecer más canales a los que difícilmente se captaban por aire. Además de que la ciudad era un mercado susceptible a desarrollar un sistema de televisión e implicaba un gran negocio porque no hay competencia, era un campo fértil para crecer dando como origen un canal propio en el cual se transmitiera información local y regional.

La Historia de Telecable del Centro en la ciudad no es muy larga. Para poder relatarla, tuvimos que viajar hacia aquella ciudad fresca para hacer una investigación sobre el tema y objeto de estudio de este trabajo.

La ciudad se encuentra envuelta con una magia participe en tiempos de La Independencia. Su aire huele a fresa. Su gente amable y tranquila que pasea por el jardín central observando una y otra vez sus joyas arquitectónicas. Su siempre bello mural de "Los Fundadores" hecho en el periodo 1983-1985 por el talentoso Salvador Almaráz, a base de puras piedras de color natural que dan matiz a una espectacular representación

del mestizaje y colonización en nuestro país. Su presidencia, sus iglesias y sus parques dan lugar a un ambiente colonial que nos conlleva a imaginar los tiempos de lucha de principios de siglo.

Avanzando así por la ciudad, llegamos a la casi olvidada colonia IMSS, en la calle Tláloc 96, en donde se encuentran las oficinas de TeleCable del Centro de la localidad. Asistíamos a una entrevista solicitada previamente con el Gerente General del Sistema, señor Armando Esquivel Tayabas. Sabíamos que nos enfrentaríamos con un señor de gran trascendencia en el ámbito de la televisión por cable en la ciudad.

Nos invadían los nervios, pues sería nuestra primer entrevista que realizaríamos para nuestro trabajo de tesis. Al verlo, el nerviosismo aumentaba, pero su amabilidad transmitida a través de su primer estrechón de manos que nos dio, disminuyó nuestro sentir

Con aproximadamente 70 años de edad, que se ven reflejados en su rostro moreno, el señor Esquivel ve el mundo de la televisión por cable por medio de gafas semiobscuras y muy amplias. Su estatura media, su frente amplia y un surco de arrugas que denotan experiencia, son la combinación perfecta para que sus ideas y pensamientos sean manifestados en forma paulatina por su ronca y decisiva voz.

El señor Esquivel platica que el sistema Telecable del Centro surge en la ciudad en 1979. Su nombre era Telecable de Irapuato S.A de C.V. Desde su llegada a la ciudad de Irapuato en 1987, ese sistema quedó bajo su completa tutela. A partir de la colaboración del señor Esquivel la empresa empezó a crecer en mediana medida.

Originario de la ciudad de México, el señor Armando era empleado del Gobierno Federal hasta 1983 ; y en ese preciso año fue comisionado por parte de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público a participar en el sistema de televisión por cable en la ciudad de Mexicali, que en aquél entonces era la empresa "Visión por Cable de México, que es la concesión del sistema de Mexicali.

Estuvo alrededor de 4 años por aquellos rumbos de tierra caliente, y precisamente, el clima extremoso de la ciudad y por azares del destino, le ofrecen hacerse cargo del sistema de televisión por cable en la ciudad de Irapuato en 1987 y a mediados de ese mismo año se trasladó a la ciudad fresera. Las ventajas que le ofrecieron eran mucho mayores. Nos platica que lo que más le llamó la atención fue que

el sistema estaba muy caído y que había que trabajar mucho para levantarlo, pues ese era su reto.

Platica que en ese entonces contaban con 3 secretarias del área administrativa y 6 del área técnica. En total eran 12 o 13 personas que laboraban en la empresa. La cobranza era mucho trabajo, pues no contaban con el presupuesto para mecanizar los sistemas, pues tenían un alto costo. Se requería también el capital para construir una línea de Televisión por Cable, en donde se necesitaba una inversión fuerte, pues hace 15 años costaba 20 mil pesos cablear un kilómetro de extensión.

Ahora resulta mayor el hecho de cablear más extensión, pues el cable no se concreta en una sola línea : Primero, se tiende una línea de acero, después una cable coaxial (que su costo no es muy barato que digamos), ya sean 150 o 500 metros, y en esa línea es la que se lleva la señal principal de cable que tiene la línea trunca. Y por último, una vez calculados los kilómetros que se van a cablear, se empiezan hacer todas las líneas de distribución.

*"En esa época eran 40 kms. de cableado. Ahora son 220".<sup>1</sup>*

En 1988 se empezó a ampliar la red de Telecable del Centro a varias colonias. Tenía buena aceptación por parte del público. Su tarifa era alrededor de los 27 mil pesos por mes, lo cual, era relativamente barato para aquella época. Poco a poco iba creciendo la empresa tanto en suscriptores como en el personal administrativo y técnico, así mismo y conforme al aumento continuo del dólar, sus tarifas se incrementaban aún más. En 1989 siguió la ampliación de cableado en la ciudad. Más y más colonias pedían el sistema. Con la ampliación de redes de cable, se aumentó el número de socios considerablemente y mejoró aún más la programación.

Al pedirle al Gerente General del sistema que nos platicara algo anecdótico durante aquellos años, el señor respondió :

---

<sup>1</sup> Entrevista al Sr. Armado Esquivel Tayabas, en Irapuato, Guanajuato, Julio 1995.

*"Pues no anecdótico, pero sí un trago mucho muy pesado, fue el que pasamos en 1989 en que estuvimos a punto de que nos cerraran el sistema por una programación que al público usuario no le fue mucho de su agrado. Simplemente -añadió- se trataba de películas de Cinemax, Movie Channel y otros canales extranjeros que tachaba aquel público de pornografía. Y a la larga, en 15 días que tuvimos de encuestas continuas con nuestros usuarios, nos dimos cuenta de que esos rumores corrían por parte de un grupo de personas de la ciudad que no se con qué fin, trataban de boicotear al sistema".<sup>2</sup>*

Pero, con esa efusividad con la que nos narra el señor lo sucedido agrega :

*"Agradable, la elevación de la programación de los sistemas de trabajo ; de la facilidad del consejo administrativo que nos otorgó para llevar a un buen fin el sistema ; y las felicitaciones del mismo consejo que nos ha otorgado por la buena labor que se ha ejecutado y se sigue ejecutando".<sup>3</sup>*

Durante las constantes visitas a las instalaciones de Telecable del Centro, también tuvimos la oportunidad de platicar con el Gerente Regional de Almacenes del Sistema Telecable del Centro, y actual Director General del Canal 13 del mismo, Ing. Julio Di-Bella Roldán.

Un joven con toda la extensión de la palabra. Originario de la ciudad de México, pero radicado la mayor parte de su vida en la ciudad fresera. Su estatura es alta y de complexión delgada. Usa lentes y su peculiar modo de hablar y su forma tan moderna y apta al vestirse, lo caracteriza y diferencia a todas las personas que trabajan en el lugar. No por el hecho de decir joven queremos que se mal interprete. ¿Quién dice que responsabilidad, eficiencia, inteligencia y frescura no son sinónimos de juventud ?.

El ingeniero Di-Bella trabajó para la compañía Volkswagen en la ciudad de Puebla y a partir de 1990 a 1993 era jefe de asesores y su trabajo consistía en visitar las agencias automotrices y revisar algunos puntos de mercadotecnia y postventa. Llegó a la ciudad de Irapuato desde muy pequeño, pero sus actividades profesionales las realizaba fuera de la ciudad.

Un buen día, el contador Armando Esquivel (padre), que es el director administrativo y financiero de Telecable del Centro en la ciudad de México, le ofrece trabajo en la ciudad de Irapuato, ya que sabía que el ingeniero Di-Bella estaba por salirse de su antiguo trabajo. Y en marzo de 1993 ingresa a la empresa Telecable del

---

<sup>2</sup> Ibidem.

Centro. Realizamos una entrevista con el ingeniero en su amplia y moderna oficina en la calle de las instalaciones del sistema. Al entrar, pudimos observar inmediatamente una computadora, libros y posters de famosas películas que resaltaban por la luz que invadía su oficina por la ventana de un costado.

Durante la charla, sentíamos una amistad que proyectaba desde el primer instante, el desplante de su rostro ovalado y tez blanca, nos daba mucha seguridad el platicar con una persona de ideas frescas que compartía nuestros pensamientos. Gracias a su sencillez, nuestra conversación fluía de manera natural y sin formalismos. Con respecto a los inicios del canal comenta :

*"Cuando yo llegué, realmente Telecable del Centro tenía una problemática muy grande, que era contar con un sistema administrativo totalmente burocrático. La atención al cliente era realmente mala y teníamos muchas cosas en contra como era un sistema de cobranza poco eficiente, no era por computadora, se llevaba por medio de unas tarjetas cardex, entonces con 15 mil suscriptores ya era difícil controlarlo".<sup>4</sup>*

Antiguamente las instalaciones de Telecable se encontraban en el Boulevard Díaz Ordaz, era un área muy pequeña para la cantidad de personas que tenía en aquel entonces Telecable y no se daba abasto, pues así como aumentaban los suscriptores, aumentaban las necesidades del servicio y del propio personal técnico y administrativo de la empresa. A finales de marzo principios de abril, recién llegado el Ingeniero Di-Bella, la empresa únicamente contaba con 5 personas y era una meta técnica y administrativa que se había propuesto. Así mismo el Ingeniero comenta :

*"El canal parte de la inquietud de 3 personas : El señor Armando Esquivel, El señor Díaz de León y un servidor. Teníamos un canal que generaba letras. Ya teníamos 10 años generándolo así y pensamos que no era lo óptimo, que conforme van evolucionando los medios de comunicación, en Irapuato, pues, tenía que contar con un medio distinto y nosotros eramos los únicos que podíamos hacer un canal de televisión".<sup>5</sup>*

---

<sup>3</sup> Ibidem.

<sup>4</sup> Entrevista al Ing. Julio Di-Bella, en Irapuato, Guanajuato, Julio 1995.

<sup>5</sup> Ibidem.

Los pasos eran inciertos, pues ninguna de las 3 personas mencionadas eran expertos en la materia, ni mucho menos especialistas en un medio tan importante como lo es la televisión, pero después de batallar mucho :

*"Pues como todo proyecto se presentaron trabas, además de la misma inexperiencia de manejar un canal de televisión, te provoca muchos problemas".<sup>6</sup>*

Los trámites a realizar para el derecho de transmisión del canal, fueron apoyados y dirigidos por un departamento jurídico que tienen en la ciudad de México en la calle Cráter 98, colonia Jardines del Pedregal, siendo quienes orientaron sobre la papelería que se tenían que llenar : cómo registrarse ante la Secretaría de Gobernación : en Radio y Televisión y cómo dar aviso a la Secretaría de Comunicaciones y Transportes sobre la ejecución de la misma.

*"El cómo se iba a dar aviso a la Secretaría de que ahora sí íbamos a empezar a funcionar nuestro canal : porque ya estaba dada la concesión pero nunca se había explotado, todo fue con ayuda de nuestro departamento jurídico".<sup>7</sup>*

A principios de 1995 comenzó la inquietud de crear una señal más. Si ese equipo de personas entusiastas habían podido generar un canal con textos, no necesitaban hacer ningún tipo de pruebas, pues sus aparatos estaban diseñados para pasar anuncios únicamente escritos, lo que dio pie para seguir adelante con el proyecto.

Obviamente nos teníamos que entrevistar con uno de los fundadores ; de hecho el autor del pensamiento original de la creación de un canal de televisión en la localidad : El señor Ramón Díaz de León Vela.

Una persona de carácter serio, de complexión delgada y tez morena se une a la lista de los que usan lentes. Tal parece que el hecho de usarlos se ha vuelto significado de inteligencia, madurez y experiencia. Con gran trascendencia en el periodismo irapatense, su rostro denota una gran serenidad en todo momento. Tratar de describirlo sería difícil, aunque creemos que con sus respuestas nos permitirá conocerlo mejor :

---

<sup>6</sup> *Íbidem.*

<sup>7</sup> Entrevista con Armando Esquivel Tayabas, en Irapuato, Guanajuato. Julio 1995.

El señor Ramón Díaz de León es originario de Ojo Caliente, Zacatecas. Hace 48 años fue a radicar a la ciudad de Irapuato misma donde realizó sus primeros estudios. Posteriormente, estuvo en la Escuela de Medicina en la Universidad de León, no concluyéndolos se dedicó a la actividad periodística, pero dejemos que tan distinguido comunicador, y actualmente Director del noticiero del canal 13 nos platique al respecto :

*"Yo empiezo hacer periodismo desde los 13 años, siendo yo secundario fui invitado a colaborar en la revista mensual "Vita Nova" que editaban los bachilleres en la escuela preparatoria para hacer una nota mensual relacionada con las actividades que realizaban allí y que entonces impartía lo que era la Escuela Nacional de Irapuato".\**

Sin embargo, en 1953 el señor Díaz no sentía que le llamara la atención el Periodismo, sino sentía una gran inquietud por escribir, por plasmar sus ideas y propuestas en un papel, por dar a conocer todo aquello que sucedía en su escuela y que fuera medio para que sus compañeros lo supieran de alguna manera.

*"Resulta que cuando yo empiezo a iniciar en el campo de la actividad periodística, y mi primera obligación es cubrir la fuente policiaca, sentí que salte del comal a la lumbre. Pasó exactamente lo mismo, vivir el drama diario de la vida real : y no sólo eso, sino tenerlo que reseñar en toda su crudeza. En ocasiones obtener la información de personas que viven momentos de drama y que tienen que hacer un paréntesis en el mismo para atender al necio aquél que quiere la información periodística porque la debe de tener... Yo pienso que la actividad periodística es la universidad permanente".<sup>†</sup>*

Al preguntarle al señor Díaz de León Vela el cómo se enteró de la existencia de Telecable y cómo fue que empezó a colaborar con la misma agrega :

*"Bueno, hay lazos familiares con altos funcionarios de la empresa que conocen mis inquietudes que en alguna ocasión en el pasado tuve la objeción de hacer televisión. Platiqué con el Ingeniero Di-Bella sobre la idea de crear un canal de televisión y nos encontramos con que Telecable del Centro tenía autorizada la licencia para un canal generado que tiene ciertas normas, ciertos lineamientos y que se apega a ciertos preceptos de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes que son diferentes al común*

---

\* Entrevista con el Lic. Ramón Díaz de León Vela, en Irapuato, Guanajuato, Julio 1995.

† íbidem.

*de los canales de televisión que conocemos... Y comenzó como una simple charla en el seno familiar y desde el momento en que empezamos hablar y a tomarle la punta a la madeja ya no la soltamos " 10*

Nosotros teníamos la inquietud por saber si la idea de crear un canal de televisión en la ciudad ya se le había ocurrido a alguien más, y Díaz de León nos platicó que al radiodifusor de gran trayectoria, Don Antonio Contreras Hidalgo, hizo muchas gestiones por un canal y siempre estuvo perseverante en ello, pero nunca caminaron, desconociendo Díaz el por qué.

Siempre existió en el ánimo del señor Armando Esquivel, señor Ramón Díaz de León y el Ing. Julio Di-Bella Roldán el hechar a andar ese canal tan ya platicado y no decaía el ímpetu por seguir adelante con el proyecto. Tenían a favor el ya creado sistema de cable, y con él, el permiso de la S.C.T para tener un canal local. Contaban con la colaboración de personajes experimentados en la rama de las comunicaciones; se contaba también con las ideas creativas de la juventud y de la experimentada carrera en los sistemas de televisión por cable, todo ésto dando pie a la creación de un nuevo canal de televisión que pudiera cumplir con las expectativas de todos los ciudadanos freseros de la localidad.

## **2.2 PRIMERAS PRUEBAS DE TRANSMISIÓN EN LA CIUDAD.**

En los últimos 10 años Telecable del Centro contaba con un generador de caracteres mediante el cual pasaban diversos tipos de textos e información: boletines de prensa, consejos de salud y protección social, datos históricos, etc: pero eso no le era suficiente al público suscriptor, necesitaba crearse un canal en forma. Conociendo ya las inquietudes de los altos ejecutivos de la empresa en el punto anterior, podemos continuar con las primeras transmisiones de prueba en la ciudad.

Cuando se define que se puede intentar la producción de imágenes en el canal, y con la ayuda de gente tan importante en la industria de la televisión por cable, del periodismo y de la ingeniería el ánimo de la empresa sube al aire y se vislumbra la idea

---

<sup>10</sup> *ibidem.*

de una señal generada para los usuarios en un período de tiempo más corto del que se imaginaba.

Es entonces cuando el señor Díaz de León vuelve a hacer mancuerna con el señor Tigrío Witrago. Ellos fueron compañeros hace 35 años en el periódico El Sol de Irapuato. El señor Tigrío tomando fotografías y el señor Díaz como reportero y redactor. Aquella época en donde las mancuernas comienzan siendo eso, sólo mancuernas : pasan los años y se define como compañerismo y al final se consolidaban (en lo que es éste caso en particular) en una gran amistad.

Witrago es un hombre que siempre ha tenido el afán de estar innovando y darle a la ciudad algo nuevo en el campo de la actividad periodística. En 1994 el señor Witrago se dedicaba a la comercialización de videos : comerciales, sociales e industriales, por lo que tenía el equipo necesario para proseguir con los proyectos de transmisión de prueba. Sus equipos eran suficientes para cubrir las necesidades que requería una gran responsabilidad.

En la última semana de mayo de 1994, Díaz y Witrago improvisan en el despacho de Tigrío una pequeña oficina de redacción y edición para las transmisiones de prueba desde Telecable del Centro, colocaban un escritorio, una lámpara y creaban un pequeño noticiero. Se leían boletines oficiales, se hacía la nota y salían al aire siempre con un pequeño comentario al final. Después el video era llevado a Telecable para que se enviara la señal a todos los televisores irapuatenses. Según platica el señor Díaz, transmitían su señal sin horario fijo y sin tiempo determinado. Procuraban diariamente dar una o dos notas y estar siempre presentes en la pantalla de los televidentes, y es así como se da el inicio a las transmisiones de prueba por el canal 12.

Pasan los días con las transmisiones de prueba y se tiene que cambiar el noticiero de canal, del 12 al 13, debido a que la señal del canal 13 (Televisión Azteca) era muy débil, hacía interferencia con el canal 12 produciendo fantasmas en la imagen y es cuando se decide cambiar de frecuencia (canal) al 13 y viceversa.

A mitad de 1994, causa furor en la ciudad el mundial de fútbol, mismo que se convertiría en tema de todos los días, lo que daría origen a la creación de una serie

llamada "¿Cómo vive Irapuato su Mundial?". No tenía tiempo ni día determinado. Salían a la calle nuestros tres protagonistas y uno que otro colaborador de la empresa y hacían sus tomas. Entrevistaban gentes, se grababan a varios freseros entusiasmados viendo El Mundial; veían llorar las derrotas (para variar) de su selección tricolor; aplaudían aquellas carabanas de celebración por el triunfo de la misma.

Posteriormente, después de esas grabaciones, buscaban la opinión de la gente, sus puntos de vista, iban a los barrios para observar cómo el ánimo se metía en los niños y todo eso lo transmitían por su señal.

Con esa seriedad que lo distingue, el señor Díaz de León no puede ocultar su emoción al recordar aquellas épocas de transmisión durante El Mundial:

*"Hacíamos tomas masivas y la gente preguntaba ¿Bueno, esto de que se trata?, ¿Cuándo va a salir?, ¿Por qué están ustedes tomando esto? Y de allí en forma personal les comunicábamos que era una señal de prueba de Telecable del Centro que estábamos generando un futuro canal: entonces éramos canal 12".<sup>11</sup>*

La señal generada por Telecable del Centro, logró un efecto multiplicador de audiencia que fue creciendo y creciendo cada día más.

*"Y éste canal prendió a tal grado que vinieron muchos voluntarios, creo que en ese influjo llegó usted a la compañía y mucha gente que así como usted nos aportaba cosas, sugerencias, nos impulsaba, nos animaba y nos íbamos a la calle a trabajar".<sup>12</sup>*

Aunque cuando se pasaban las notas por medio del generador de caracteres (Notitexto), la gente requería de más información y es por eso que se continuaba transmitiendo textos casi las 24 horas del día. Los mensajes eran transmitidos con música que resultaba más atractivo para el televidente. Algunos textos decían:

- \* *"Lávate las manos después de cada alimento. Cuida tu salud". "No tires el agua. Ahórrala y cuidala porque es de todos". "Hierve el agua que bebas. Cuida tu salud". "Si toma no maneje. Cuide su vida y la de los demás". "Canal 12. La señal que nace en Irapuato".*

---

<sup>11</sup> *Ibidem.*

<sup>12</sup> *Ibidem.*

Estos eran algunos de los textos que aparecían en pantalla aparte de las notas informativas. Y cabe aclarar, que durante su transmisión, se abría un espacio dentro de los textos que producía el generador de caracteres para transmitir las emisiones de prueba por el canal en la pantalla chica de los suscriptores durante todo el día. Ésto comenzó el 19 de marzo de 1994 hasta el 10 de marzo de 1995 ininterrumpidamente los 365 días del año.

### ***2.3 LLEGA EL FUEGO Y TODO LO DESTRUYE.***

Pasa el tiempo y las transmisiones de prueba seguían viento en popa hasta que sucede una desgracia que viene a decaer el ánimo de todos los trabajadores de la empresa Telcelable del Centro, S.A de C.V, un lamentable accidente. El día domingo 15 de enero de 1995, aproximadamente a las 12 :30 horas, sucede un deplorable incendio a causa de la "sabia naturaleza". El Ing. Julio Di-Bella nos platica al respecto :

*"Era un domingo, estaba yo en mi casa -recargado en el asiento de su oficina, lentamente mueve sus gafas y prosigue- estaba por salir cuando sonó el teléfono y los vigilantes de la caseta de Telcelable me avisaron que se estaba quemando la parte de atrás de los terrenos. Me dijeron -agregó- que el incendio era de tal magnitud, tanto así, que habían acudido los bomberos de la ciudad de Salamanca, e inmediatamente me dirigí hacia allá".<sup>13</sup>*

Cuando el ingeniero llegaba al Boulevard Principal que conduce a las instalaciones de la empresa se veían unas llamas que alcanzaban los siete metros de altura. Las personas correspondientes a La Protección Civil, estaban evacuando a las personas que laboraban cerca de las instalaciones. Evacuaban al personal de Condumex, Comex y veladores y vigilantes correspondientes a las compañías.

*"Cuando yo llegué vi que prácticamente ya no se podía hacer absolutamente nada".<sup>14</sup>*

Lo que se pudo investigar por medio del Ministerio Público para saber sobre el origen de dicho incendio, es que en los terrenos de atrás vivía una señora muy humilde

---

<sup>13</sup> Entrevista a Julio Di-Bella en Irapuato, Guanajuato, Julio 1995.

que intentaba hacer una fogata para calentar agua y bañarse. Cuando ella fue por más agua para calentarla, el terreno estaba incendiado. Era hierba seca y con el viento a favor se propagó hasta llegar al terreno de Telecable (parte de atrás) que no tiene barda, sino una reja de alambrado, lo cual, fue más fácil que siguiera el incendio.

*"De hecho uno de los hijos de la señora fue el que vino a avisar aquí a Telecable que se estaba incendiando, aunque nuestro personal ya se había dado cuenta y con los extinguidores estaban tratando de apagarlo".<sup>14</sup>*

Las llamas abatieron una gran cantidad de carretes de cable, aproximadamente 50, con los cuales se hace llegar la señal a los suscriptores del sistema. Se quemó documentación "archivo muerto" y varia mercancía en general. Se encontraban estacionados vehículos de la empresa que se quemaron, pero afortunadamente no explotaron, si no ésta desgracia hubiese sido mayor.

Al propagarse las llamas explotaron los vidrios del futuro estudio de televisión, que se encuentra en la parte alta del edificio trasero. Se quemó la sala de uno de los sets y afortunadamente el equipo y luces que se encontraban allí no sufrió ningún percance. Al lugar acudieron bomberos de la entidad y de Salamanca para tratar de extinguir el fuego, cosa que tardó aproximadamente 45 minutos. No se presentaron lesionados pero el incendio provocó pánico, alarma y desconcierto entre los empleados de Telecable del Centro, de las demás empresas y de vecinos de la localidad.

Se utilizaron más de 3 pipas para poder extinguirlo del todo. Estuvieron varios elementos del cuerpo de bomberos de la ciudad quienes se encargaron de acordonar la zona. Desgraciadamente, el incendio arrojó cuantiosas pérdidas materiales y morales. Las notas publicadas por los periódicos de mayor circulación no se hicieron esperar y al día siguiente: El Sol de Irapuato, El Centro y El Nacional, a su peculiar estilo publicaron la nota para todos los irapuatenses.

---

<sup>14</sup> Ibidem.

<sup>15</sup> Ibidem.

Al recordarle tristes momentos al señor Armando Esquivel, su rostro se invade de una gran tristeza, tal parece que no quisiera hablar del tema :

*"Desgraciadamente -pensativo- más que todo, fue un accidente. Así lo podemos calificar por las investigaciones que hizo la propia empresa, El Ministerio Público y El Fuero Común. Hemos de haber perdido como...-estira las manos- un millón de pesos, pero los ánimos eran volver a empezar. Todo el personal quedó un poco triste y anonadado, pero los ánimos empezaron nuevamente"<sup>16</sup>.*

*"El incendio fue el 15 de enero de 1995. Nosotros habíamos inaugurado nuestro primer estudio de televisión el día 13, que era viernes... -pensativo y triste-, y nuestro sentir fue de total tristeza, pues se incendiaron muchos materiales con los cuales nos iban a permitir mucho ese año".<sup>17</sup>*

A causa del fuego todos los proyectos se paralizaron al rededor de 2 meses. Precisamente estaban por terminar por completo el estudio y todo se vino abajo. Se iban a comenzar ya las emisiones del futuro noticiero, pero gracias al incendio se tuvo que detener absolutamente todo. El que sería futuro Director de Noticieros, señor Ramón Díaz de León al preguntarle sobre aquél percance, retira su silla, coloca sus codos sobre su grandísimo escritorio y afirma :

*"Mi sentir fue de frustración porque habían sido muchas horas de trabajo, mucha ilusión para terminar el set y lamentablemente los proyectos que se tenían se vinieron abajo. Habían prioridades para la empresa en ese momento y se tenía que dar paso a lo importante para que se vieran tiempos mejores".<sup>18</sup>*

Las transmisiones se siguieron efectuando desde las instalaciones. Se postergaron los planes porque había que empezar a reparar todos los daños sufridos y desgraciadamente las instalaciones no pudieron ser tan ágiles como fuera a desearse porque las compañías de seguros tenían que checar datos e investigaciones correspondientes. El lugar donde se encuentran los aparatos necesarios para poder mandar la señal (videograbadoras, cabezas, monitores, cámaras, etc) no sufrieron percance alguno, lo que permitió seguir adelante con las emisiones de prueba.

Se fueron pasando los días hasta que económicamente se podía responder a los daños ocurridos de aquel 15 de enero, y poco a poco se fue reconstruyendo el estudio para continuar con lo que era "La señal que nace en Irapuato".

<sup>16</sup> Entrevista a Armando Esquivel Tayabas en Irapuato, Guanajuato, Julio 1995.

<sup>17</sup> Entrevista a Julio Di-Bella en Irapuato, Guanajuato, Julio 1995.

<sup>18</sup> Entrevista a Ramón Díaz de León, en Irapuato, Guanajuato, Julio 1995.

## **2.4 EMISIONES A CONTROL REMOTO DESDE EXPO-FRESA 95.**

Después de la tragedia ocurrida dos meses atrás continuaban las transmisiones de prueba hasta que, como "caída del cielo", surge una propuesta importante y de gran trascendencia para el canal, lo que daría como origen una nueva etapa en la historia de "La señal que nace en Irapuato".

Se aproximaba La Feria de la Fresa "Expo Fresa 95" a principios del mes de marzo y Telecable del Centro recibió la invitación del Director del Patronato de la misma, Ingeniero Emilio Tomé para que se transmitiera a control remoto desde las instalaciones. Coincidentemente, el señor Díaz de León es funcionario del Patronato y muy cercano colaborador del Ing. Tomé y al preguntarle sobre aquella propuesta nos responde animosamente.

*"Cuando sabe que estamos haciendo esto plantea la idea de hacer un control remoto desde la Feria".<sup>19</sup>*

Se sugiere la idea en Telecable del Centro de hacer aquél grandioso proyecto y cuando el Ing. Hugo Aguilera y su equipo empiezan a hacer la lucha y dan luz verde al mismo diciendo que sí es posible la transmisión, se da inicio a los controles remoto desde la Expo-Fresa 95.

Obviamente al principio había poca fe, porque de la nada querían hacer un canal, y si a ésto le agregamos que no se contaba con una cantidad de capital considerable para impulsarlo, mucho menos. Pero el ánimo siguió adelante y consideramos que en éste caso en particular, se aplicó el refrán : "La esperanza muere al último".

Ya comenzada la Feria, se transmitían los eventos que efectuaban en el Teatro del Pueblo. Se grababan las actuaciones de los grupos musicales o solistas que participaban en Expo-Fresa 95 y las entrevistas se hacían "en vivo y en directo". Se empezó con un transmisor que apareció en el "balcón de los triques viejos" de alguna de las bodegas de Telecable del Centro y muchas personas pusieron su capacidad y desempeño para que se transmitiera una buena señal. El señor Díaz afirma :

---

<sup>19</sup> Íbidem.

*"Si usted me lo hubiera planteado en aquél momento, yo en lo personal, le digo que es imposible".<sup>20</sup>*

Todo parecía indicar que era imposible, pero salió adelante. Estuvieron 17 días transmitiendo en vivo desde La Feria, se contaba con un capital de 50 mil pesos que los brindaba la empresa- según nos comenta el Ing. Di-Bella- y los tan esperados controles remotos se iniciaron el 10 de marzo de 1995.

Como era lógico, en un control remoto nunca hecho, se tendrían que presentar dificultades en la transmisión, así como cosas de situaciones chuscas o graciosas. El Ing. Julio Di-Bella recuerda algunos de esos momentos :

*"Bueno, lo más curioso y lo más apenado fue que el primer día de la transmisión a control remoto, entrevistamos al Presidente del Patronato de la Feria, que era con el que habíamos hecho el convenio, y saltó su entrevista al aire, pero sin audio. Entonces, al siguiente día tuvimos que repetirla. Otra muy agradable es cuando vinieron Los Fantasmas del Caribe, y uno de nuestros compañeros lo encerramos en el master con uno de los integrantes del grupo y ya te imaginarás el show, fue vaciadísimo".<sup>21</sup>*

Conforme iban transcurriendo los días se necesitaba más personal para las emisiones a control remoto. Y se le planteó a el Lic. Gabriel Morones para que participara con Telecable del Centro, de hecho se le había invitado desde diciembre de 1994, pero se tuvo que retrasar por el incendio del mes de enero. En ese entonces Morones trabajaba para Radio Grupo Antonio Contreras y siendo Coordinador de los eventos del Teatro del Pueblo, se presentó la oportunidad de colaborar para el canal.

Durante Expo-Fresa 95 y las emisiones a control remoto, el señor Díaz hacía su mini noticiero desde el stand que se tenía destinado para Telecable del Centro, y justamente atrás de éste, estaba el del Grupo Radio Antonio Conteras. Se leían noticias de la localidad, boletines de prensa e información en general sobre La Feria y cuando se acercaba el momento musical se le pedía a Gabriel Morones que efectuara las entrevistas.

*"Ya que esa música no se encuentra dentro de mi repertorio musical. Además Gabriel es una persona joven que estaría más identificado con los grupos y con el público".<sup>22</sup>*

---

<sup>20</sup> íbidem.

<sup>21</sup> Entrevista a Julio Di-Bella en Irapuato, Guanajuato, Julio 1995.

<sup>22</sup> Entrevista a Ramón Díaz de León en Irapuato, Guanajuato, Julio 1995.

Y es así como se empieza una mancuerna dentro del Canal 13 de Irapuato. Se forman los bloques dentro de la transmisión. Se daba bloque de noticias y se hacía entrevista ; dos bloques de noticias y una entrevista ; bloque de noticias y musical, etc. Esto fue motivo de la obligatoriedad ya que el Lic. Gabriel Morones también debía cumplir con sus compromisos de Coordinador de los eventos del Teatro del Pueblo y por eso se iban dando los segmentos de esa manera.

Lamentablemente, el 19 de marzo de ese año, nuestro querido amigo Ramón Díaz de León sufre un ataque cardíaco, por lo que Gabriel Morones lo tiene que sustituir en las emisiones. Todos pensaban que sería sólo por un breve tiempo, mientras el señor Díaz se restablecía del todo, pero inesperadamente al segundo día el señor vuelve a tener otro ataque cardíaco, y por seguridad del señor Ramón, y por la salud que tiene un valor incalculable, decide dejar las emisiones y proponerle al Lic. Gabriel Morones que siga de lleno con el proyecto.

*"Gabriel Morones que tiene la solvencia para manejar éste noticiero y muchos otros, sacó adelante el noticiero".<sup>23</sup>*

El señor Díaz aunque estaba en reposo, seguía colaborando para el noticiero. En su habitación organizaba las notas, hacía el guión y lo mandaba a La Feria. En fin, éste equipo no se detenía en las transmisiones de la misma, y conforme pasaban los días, el equipo se sentía más seguro de lo que se estaba haciendo y se llenaban de entusiasmo e ilusión para seguir adelante con lo que sería el inicio del noticiero "Notitexto" desde su propio estudio de televisión, en las instalaciones de Tláloc 96.

---

<sup>23</sup> idem.

## **2.5 ARRANQUE DEL NOTICIERO NOTITEXTO**

Desde que empezó la década de los 90's, se formalizó aún más la inquietud por parte de los colaboradores de Telecable del Centro S.A de C.V de crear una señal propia. Siempre se tuvo la ilusión de que lo primero que saldría al aire sería un noticiero.

Por situaciones de la vida y de la naturaleza, estos planes se tuvieron que alargar por mucho tiempo, hasta que La Feria Expo-Fresa 95 fue el peldaño para subir más arriba todavía y salir al aire con un noticiero que sirviera a la comunidad irapuatense. Como era de esperarse, todo el equipo que participó en La Feria sentían más seguridad para efectuar sus transmisiones. Los ciudadanos ya se identificaban con su propio canal... "La señal que nace en Irapuato".

La Feria se clausuró el día 27 de marzo y al día siguiente se marca una nueva etapa para el canal, pues da inicio el noticiero local bajo el nombre de "Notitexto". Su conductor, Lic. Gabriel Morones. Su Director General, Ing. Julio Di-Bella Roldán. Director de Noticieros, Lic. Ramón Díaz de León. Camarógrafo, Antonio Pineda y al frente de todo ese equipo entusiasta el Gerente General, Armando Esquivel Tayabas, quien comenta lo siguiente :

*"Acostumbramos al público a que en esos breves días desde La Feria transmitíamos. Vimos que teníamos bastante auditorio y que habíamos obtenido un buen resultado... Queríamos un canal más serio".<sup>24</sup>*

Durante una semana y media Gabriel Morones daba las noticias a los irapuatenses quien ya tiene basta experiencia tanto en radiodifusión como en la prensa. Colaboró para Radio Grupo Antonio Contreras, Heraldo de Irapuato y Periódico El Centro, entre otros. Actualmente funge como Director de Difusión Cultural en el Tecnológico de Monterrey de Irapuato y como conductor del noticiero Notitexto (ahora Entorno, Nuestra Historia Hoy).

---

<sup>24</sup> Entrevista a Armando Esquivel Tayabas en Irapuato, Guanajuato, Julio 1995.

A la semana de conducir el noticiero se integra al equipo Jazmín Macías. Colabora en la conducción, que aunque no estudió la Carrera de Comunicaciones, trata de poner todo su empeño y entusiasmo al mismo. Ambos se encuentran bajo la tutela del señor Díaz.

*"Yo siempre tuve la idea de voz femenina y voz masculina porque es el justo balance de imágenes en un programa".* <sup>22</sup>

De hecho, cuando se pensó en la remodelación del estudio después del incendio, se creó para dos personas, pues se tenía que dar agilidad y frescura al programa. Al principio no se tenían los mejores equipos para la realización del noticiero. Éste se veía como "el típico programa de provincia", con imagen "vieja" (sin un buen manejo de luces) y audio "lejano" (ecualizado y balanceado mal y un uso de micrófonos erróneo).

A través de los años se ha estereotipado que los conductores de un segmento noticioso tienen que ser "personas adultas", y todos se casan con la idea de que ser joven va de la mano con la incredulidad e inexperiencia laboral y profesional, así como de comentarios poco serios de cualquier hecho o suceso que se vuelva noticia; más no cuentan las ideas que cada joven pueda aportar para el mejoramiento del mismo. Canal 13 quería romper con ese esquema. Quería que se diera la posibilidad de que surgiera la credibilidad en la juventud, por la juventud y entre la juventud "fresera".

Estas dos características las consideramos como las más importantes para la realización de cualquier actividad dentro del terreno de las comunicaciones y mundo televisivo; y que teniendo estos dos puntos, se logrará cualquier meta trazada para un solo fin: el aumento del rating para el canal 13, no puede ser ajeno a esa política.

En los meses de junio, julio y agosto se unen más personas a colaborar de lleno para el noticiero dando sus servicios (al principio de una manera gratuita) gentes entusiastas y responsables con cierta experiencia en el medio como lo eran: Carlos Alberto Chávez Sandoval, Juan Elías Flores, David Palma Tapia, Paul Witrago Ramírez, Blanca Sánchez. Y en período de vacaciones escolares, mientras terminaban sus estudios profesionales Maricela Luna, Alejandro Morones, Félix Martín y una

servidora. Todos ellos formaban el primer equipo de producción formal del Canal 13. "La señal que nace en Irapuato".

El primero de septiembre se marca otra nueva etapa del noticiero. De "Notitexto" a "Cablenoticias". Era de suponerse que el primer nombre ya no era viable, pues desde hace mucho tiempo que se había dejado la nota escrita gracias a la titulara, y desde el mes de abril se contaba ya con apoyo de imágenes que se utilizaban dentro del noticiero.

Al comienzo del noticiero "Notitexto", la entrada de "La señal que nace en Irapuato" era el video. Se hacían cortes directos y se regresaba con noticias. Tenía una duración de una hora de lunes a viernes en un horario de las 7 a las 8 de la noche en vivo. La calidad de imagen era baja, por lo que no se contaba con los aparatos suficientes. De hecho no se tenía casi nada y la producción y edición se realizaban de una forma casera: faltaban videograbadoras, cámaras, micrófonos, lámparas, etc. No se tenía publicidad ni propaganda. Una vez que se cambió el nombre a "Cablenoticias" se notó la diferencia, pues poco a poco se fue incrementando el material de producción, de personal y de capital para realizar el noticiero, pues ya se empezaban a anunciar varios publicistas y con ello entraba más capital al Canal 13 de Irapuato.

Al pedirle al Lic. Gabriel Morones que nos platique el cómo ha evolucionado el canal nos comenta con un gran suspiro:

*"Un cambio del cielo a la tierra. Al principio era sólo un texto. Después vinieron los micrófonos y fue evolucionando y evolucionando hasta que se meten imágenes por transmisión y para ese entonces ya era un logro sensacional. Las entrevistas y cada día más imágenes vinieron después. Actualmente el 70% del noticiero está compuesto por imágenes previas tanto en entrevistas como en imágenes de apoyo que le dan una vista completa al noticiero. Ya hay llamadas telefónicas por parte del público que desea colaborar con canal 13. Ya les interesa a los ciudadanos escuchar lo que se dice. Las personas públicas se interesan por aparecer en el canal de Telecable del Centro y eso habla de que se tiene aceptación y que se está haciendo bien el trabajo. Ya es un noticiero más profesional".<sup>26</sup>*

Así también agrega que La Dirección del canal les ha facilitado recursos para adquirir todo aquél material que les ha hecho falta desde hace mucho como otra cámara

---

<sup>25</sup> Entrevista a Ramón Díaz de León en Irapuato, Guanajuato, Julio 1995.

<sup>26</sup> Entrevista a Lic. Gabriel Morones, Conductor. Irapuato, Guanajuato, Julio 1995.

de televisión. tituladora, luces, micrófonos y poco a poco ir equipando el master de producción del Canal 13, a lo que se refirió :

*"La imagen del noticiero que quiere dar es sin compromisos. Un noticiero informativo que busque dar siempre lo mejor. Adelantarse a todos los medios de información para dárselo a los televidentes de Telecable del Centro y que estén enterados con la verdad, y nada más que la verdad, así como mostrar las dos caras de la moneda, dar a conocer los dos puntos de vista : del ofendido y de ofensor. El día que yo sienta que hay censura, me retiro de Telecable".* <sup>27</sup>

Nuestro gran amigo Juan Elías Flores, quien tiene ya un largo camino recorrido dentro de la radiodifusión, pues ha trabajado en Radio Grupo Antonio Contreras, y Grupo ACIR en varios programas radiofónicos nos platica al respecto :

*"Yo tenía experiencia en radio más no en televisión, pero sentía muchos deseos de formar parte del equipo de Telecable del Centro. Cuando yo llegué era una cosa muy pequeña. Se tenían muchas carencias. Al principio sólo era la tituladora, después llegó el mezclador de videos, el banco de efectos, y nos fuimos haciendo de cosas, perdón que hable como parte del grupo pero así me siento. Se fue comprando una nueva cámara de video, un trípode, más micrófonos y poco a poco se iba haciendo un noticiero en forma. Antes en nuestras primeras entrevistas decían : Ahí vienen los niños de Telecable".* <sup>28</sup>

Con su distinguida manera de levantar la ceja izquierda, recuerda que durante todo este tiempo aún se siguen ganando la admiración de toda la gente :

*"En meses pasados se tenía que buscar a las personalidades de Irapuato para "haber si podían concedernos una entrevista" y ahora, a base del esfuerzo, la gente empieza a buscar más al canal para dar sus impresiones y sus puntos de vista. Ahora la gente aplaude más que criticar el trabajo que estamos haciendo".* <sup>29</sup>

Carlos Alberto Chávez, ha tenido una gran trayectoria dentro del Periodismo, pues trae buena escuela puesto que su padre también lo es y lo motivó desde que tenía 14 años. Trabajó como corresponsal en El Heraldó de México, como reportero en El Centro de México y tenía participaciones constantes en la radio. De la misma manera, nuestro querido amigo también narra sus impresiones del canal 13 cuando entró a Telecable del Centro :

*"Cuando llegué al canal, noté que era un noticiero que se hacía a la buena de Dios. No había imágenes de apoyo ni reportajes. La diferencia que encuentro entre el radio y la televisión es la narración y la descripción, pues para la radio se utiliza bastante y para la televisión se maneja ya la imagen cosa que no entendía la Dirección en un principio y obviamente ambas implican mucha responsabilidad al micrófono. Anteriormente se conocía como "el canal de las letras", ahora se empieza*

---

<sup>27</sup> íbidem.

<sup>28</sup> Entrevista a Juan Elías Flores, Reportero, Irapuato, Guanajuato, Julio 1995.

<sup>29</sup> íbidem.

*a dar una imagen. Ahora se tiene presencia, ya no se juega a hacer televisión. Ya se tiene una identificación plena, formal y estable."*<sup>30</sup>

Con la forma tan peculiar que tiene de acomodarse el cabello agrega :

*"El noticiero está catalogado por su juventud y dinamismo con ideas frescas por parte del equipo, y si yo pudiera hacer algunos cambios en el noticiero, cambiaría las entradas y los cortes, y aunque en el momento no se cuentan con muchos recursos para poder llevarlo a cabo, con la comercialización del mismo poco a poco, se lograrán los objetivos establecidos por parte de La Dirección y el personal de producción que colaboramos para Cablenoticias, Canal 13 de Irapuato."*<sup>31</sup>

En Cablenoticias todos aportan algo con su punto de vista. Desde un camarógrafo hasta el Director General. Todos participan para su mejoramiento. Los cambios han sido bastantes y muy notables y pese a que se estaba con colaboración altruista por parte de los muchachos, se hacía un noticiero de calidad para los suscriptores freseros.

La siguiente etapa marcada para el canal fue la entrada de publicidad al canal, que aumentó el capital destinado al presupuesto para la compra de equipo y la paga de sus colaboradores. En el mes de agosto es cuando entra el primer comercial perteneciente a La Universidad Politécnica de Irapuato. Con el generador de caracteres, la tituladora y mucho ingenio se empiezan a realizar la producción de comerciales caseros. Se hacían unas tomas, se les grababa la voz, se musicalizaba y se les insertaba los textos principales. Se hacían varios comerciales y el que más le gustara al cliente ese se transmitía en 3 bloques del noticiero.

Con ello se disparó totalmente el canal, pues creció económicamente hablando y cimentó aún más la seguridad de la permanencia del canal en la ciudad. Actualmente en 1997, Irapuato tiene ya cubierto el 80% de la población con el sistema de tvc, y como todo sistema, su interés es llegar a cubrir las 79 colonias que conforman la ciudad; y esto se esta logrando gracias al esfuerzo de las autoridades de Telecable del Centro.

El sistema de tvc de Irapuato, Telecable del Centro S.A. de C.V tiene concesión de las ciudades de : Querétaro, Celaya, Aguascalientes, Zacatecas e Irapuato. Ésta última

---

<sup>30</sup> Entrevista a Carlos A. Chávez. Reportero. Irapuato, Guanajuato, Julio 1995.

<sup>31</sup> íbidem.

ocupa el primer lugar de su grupo en cuanto a suscriptores, kilómetros cableados, eficiencia en el personal y un canal propio que se genera para sus suscriptores sin costo alguno.

*"En estos 10 años se ha logrado tener una infraestructura muy fuerte, a tal grado que le ha permitido posesionarse en cuarto lugar a nivel nacional"*<sup>32</sup>

Y parece que lo han logrado, pues la empresa ha crecido tanto que ahora las oficinas de Telecable del Centro tuvieron que dividirse en 3. Se tienen hasta el momento 170 personas trabajando en lo administrativo y técnico, personal que antes era hecho más de la práctica y ahora es personal calificado. Constantemente se hace cambio de programación dentro del sistema, por sugerencia del público receptor, para darle gusto. Los suscriptores disfrutan de un rápido servicio administrativo, de pagos por evento y de diversas promociones a lo largo del año.

Telecable del Centro cuenta con 16, 425 suscriptores que reciben su señal en más de las 70 colonias a las cuales se les proporciona el servicio. Ahora son un promedio de 15 personas colaborando para el canal 13, gente joven con una imagen real y verídica llena de objetividad. Y de la misma manera al mes de febrero de 1997, se anuncian 12 empresas o compañías que desean obtener más mercado dentro del canal 13 de Irapuato. Telecable del Centro produce 4 comerciales más y tiene 9 promos propios.

Tiene 5 programas locales : "Entorno, Nuestra Historia Hoy" (a cambiado de nombre en dos ocasiones : primero "Notitexto" y después "Cablenoticias" y éste último "Entorno, Nuestra Historia Hoy" desde el 15 de enero de 1997 ) Lunes a viernes de 7 a 8 de la noche. Y su repetición a las 8 de la mañana. "Deporcable" todos los lunes de 8 a 9 de la noche. "En línea Directa". Miércoles de 8 a 9 de la noche. "60 Minutos con el Médico". Jueves de 8 a 9 de la noche. Y Viernes "Escape". Temas varios de 8 a 9 de la noche.

---

<sup>32</sup> Entrevista a Julio Di-Bella en Irapuato, Guanajuato, Julio 1995.

El señor Armando Esquivel Tayabas, Gerente General de Telecable del Centro finalizó diciéndonos :

*"Vamos a seguir adelante y tratar de superarnos más y más para llegar a la finalidad que nos hemos trazado que es colocar a este canal en una categoría óptima de aceptación dentro del público irapuatiense, y por qué no, de diversas ciudades"* <sup>33</sup>

El señor Ramón Díaz de León, Director del Noticiero de Canal 13 finaliza de la siguiente manera :

*"Será un cambio lento pero seguro. Faltan aún muchos elementos para lograr una real consolidación de canal. Todos los integrantes del canal 13 estamos aprendiendo en forma simultánea. Todos se están desarrollando en el área televisiva y aportando de alguna manera cosas buenas. El ritmo de desarrollo en estos momentos es natural, pues se tiene una consolidación cuando se encuentra en todos los aspectos: económico, social, profesional e informativo. Todos bajo la política de que terminando el trabajo cotidiano, todos volvemos a ser amigos. Es una fijación que se va dando en lo profesional y es una de las satisfacciones que se viven todos los días"* <sup>34</sup>

Así mismo el Ingeniero Julio Di-Bella Roldán, Director General de Canal 13 de Irapuato, concluye :

*"Mis deseos son que el canal se consolide como una señal de televisión local de primer nivel. Obviamente con el paso del tiempo, porque es muy difícil llenar una barra programática de un día para otro. Todas las empresas deben cumplir con un servicio social a la comunidad y qué mejor que Telecable del Centro hiciera un canal de televisión que fuera útil a la comunidad a la que prestamos servicio y lo que más me llama la atención y me motiva es que gente joven profesional y entusiasta como tú siguen colaborando con nosotros en Canal 13. La señal que nace en Irapuato"* <sup>35</sup>

Gente joven que no tenga compromisos adquiridos con ningún núcleo de la sociedad, con ningún representante popular, lo que es motivo de la creación de noticias frescas y reales en donde no hay sentimientos ni ideologías de por medio, es el tipo de personas que necesita el canal para su producción televisiva. Se vive (y eso es un hecho) en una sociedad destruida y descuidada y cuando nos encontramos que otras poblaciones del Estado florecen porque se trabaja en unidad, entonces canal 13 siente la obligación ciudadana de buscar estrategias que le permitan unir a los freseros en tornos y en un fin común. Y ese fin común no es otro que la ciudad de Irapuato.

---

<sup>33</sup> Entrevista a Armando Esquivel Tayabas en Irapuato, Guanajuato, Julio 1995.

<sup>34</sup> Entrevista a Ramón Díaz de León en Irapuato, Guanajuato, Julio 1995.

<sup>35</sup> Entrevista a Julio Di-Bella Roldán en Irapuato, Guanajuato, Julio 1995.

Entorno. Nuestra Historia Hoy más que una imagen, quiere ser fiel a un principio, mismo que han fincado los propietarios de la empresa : ser un canal con un auténtico compromiso social con los irapuatenses ; ser un canal de fomento a cualquier manifestación de las artes ; de fomento a la cultura, educación y lo más importante, que en un momento dado sea vínculo de unión entre la sociedad irapuatense.

Una vez que hemos narrado la historia de la televisión por cable en Irapuato y por todas las etapas que tuvo que pasar para llegar hasta el lugar que ocupa hoy día ; nos vemos en la necesidad de exponer en nuestro tercer capítulo, aquellos elementos que son necesarios para poder producir un programa de televisión. Ahora ya tenemos un elemento real ( un sistema de televisión por cable) para poder hacer la propuesta de una barra programática, motivo fundamental de la creación de este trabajo.

**CAPITULO 3**

**"CUATRO, TRES, DOS ..... SE GRABA"**

### **3.1 MEDIOS Y RECURSOS PARA LA PRODUCCIÓN TELEVISIVA.**

Como ya hemos visto en los capítulos anteriores, no es cosa sencilla hechar andar un canal de televisión por cable. Se requiere de una serie de pasos y procedimientos meticulosos para que el proyecto funcione. Recordemos también no es trabajo de una sola persona y mucho menos si hablamos de una barra programática completa para un canal de televisión por cable nacional o local. Es toda una realización hecha en equipo, debidamente organizada, sincronizada y adaptada a las necesidades y recursos tanto económicos y técnicos como humanos con los que se puede contar en una empresa de televisión por cable.

Cuando el espectador se sienta cómodamente frente a su televisor para disfrutar de algún programa, jamás se imagina toda la labor que hay detrás de ello ; y mucho menos, el trabajo y lo laborioso que implica llevarlo a cabo para que quede apto para ser transmitido a un número considerable de espectadores. El programa en sí, es el resultado final de una larga cadena que pasa por tres etapas importantes : **preproducción, producción y postproducción**, mismas que tienen recursos y medios infalibles para la realización de un programa.

A continuación mencionaremos de una manera muy general cada una de estas etapas, así como los elementos técnicos y humanos que se requieren para una buena función laboral dentro de un estudio de televisión, ya sea local o nacional. Todos sabemos que en la práctica es muchas veces difícil saber dónde comienza y termina cada una de ellas, pero en este trabajo lo más importante no es mencionar o definir los límites entre una y otra, sino exponer los criterios base adoptados para la estructuración de nuestra propuesta televisiva.

Dentro de la producción de un programa se debe tomar en cuenta los recursos económicos para la misma. Su realización depende en gran parte de los medios materiales con que se cuente, y la abundancia o carencia de éstos, que modifica la mayoría de las veces los resultados. Por ello, se realiza un presupuesto en el que se incluyan los elementos comprendidos dentro del proceso de producción del programa.

para que en el caso de que la inversión requerida ésta sea mayor a la autorizada en el presupuesto asignado ; si conviene continuar con el proyecto, abandonarlo o adaptarlo de acuerdo a las posibilidades económicas de que se disponga.

Los gastos de recursos humanos y de materiales, deben ser considerados por aparte. En el caso de las producciones particulares o en aquellas en las que la empresa de tvc no cuenta con un centro productor de este tipo de materiales, y por lo tanto carece del personal especializado, es necesario prever ; además de los equipos y materiales de uso necesarios, el presupuesto que se designará para el pago de los servicios del staff de producción. Como el canal 13 de Irapuato cuenta con un centro de producción, el personal está dentro de la nómina y por lo tanto sólo requiere del presupuesto que incluya los materiales utilizados durante la realización del programa.

Será conveniente que dentro de este presupuesto se aparte un lugar a los gastos de mantenimiento y refacciones del equipo electrónico que se tiene. Sabemos que preparar un presupuesto y calcular todos los gastos que intervendrán en la producción no es sencillo. La práctica y los errores en la previsión de gastos inesperados, así como la comprobación de los mismos al finalizar la producción, servirán para que el productor (cualquiera que éste sea) adquiera cada vez más experiencia y pueda en un futuro, ajustar sus previsiones, que con ello paulatinamente, se da el paso a la producción.

En la *preproducción* se parte de la concepción de una idea determinada según el tema a tratar, comprendiendo con ésta objetivos específicos, así como enfoques y fines determinados, necesidades y posibilidades. Es básicamente la etapa de la planeación, investigación y realización del guión para el programa que se realiza en su mayor parte atrás del escritorio para realizar sin contratiempos un programa de televisión.

La planeación se denomina "preparación", y no es otra cosa que, tratar los índices y los parámetros por donde se deben desarrollar los enfoques del programa planeado, es decir, el esqueleto primordial de un programa de televisión.

En esta etapa nace la idea para que se realice y se transmita para todo tipo de público, no para una sola persona en especial, sino que se considerará una investigación

y determinación para un sector o grupo especial. Es decir, catalogar a que edad, sexo, status cultural, etc; estará dirigido el programa. En fin, toda aquella persona que estuviera en posibilidades de recibir la señal televisiva de acuerdo a su interés propio y selectivo en cuanto a formas, formatos y contenidos del programa a tratar.

Es por eso que nace éste estudio, pues ya que se haya delimitado el tema, se averigua que tipo de público lo vería; en qué horario; cuáles serían los objetivos a seguir; la metodología y las características propias del programa en cuanto a su expresividad audiovisual, estructural y de contenido. La elaboración del guión, vista como una secuencia inmediata de la planeación y de la investigación, puede considerarse como material previo a la realización misma del programa.

Una vez que se tienen todos los datos necesarios, se hace un análisis para que después el guionista incorpore en su traducción al lenguaje televisivo ciertas ideas, conceptos y hechos que le permitan construir un texto más accesible (según sea el público y la circunstancia cultural seleccionada), pues la etapa de la investigación en la producción televisiva de imágenes y mensajes debe estar a cargo del mismo guionista quien se percata del movimiento e inquietudes sociales y las plasma en su guión.

En la etapa de *la producción* las ideas se manifiestan en el guión, y se transformarán en imágenes audiovisuales que estarán casi listas para difundirse socialmente, es decir, se materializan las ideas que antes estaban simplemente escritas en papel. La producción es quizá el momento en donde se ve el ejercicio real de la televisión, ya que es cuando operan todos los recursos tanto técnicos como humanos en conjunto para un solo fin, la realización de un programa televisivo.

Entonces al verlo así, describiremos rápidamente las funciones de cada elemento técnico y cada personal humano que interviene en un estudio de televisión; y lo más lógico sería comenzar por definir lo que es en sí un estudio de televisión. Para nosotros, es el lugar donde culmina todo el proceso de producción de algún programa televisivo detrás del escritorio. Esta área debe contar con la acústica requerida para todas las áreas

de grabación. En las paredes se deben encontrar unas cajas correspondientes a la conexión de cámaras, luces, micrófonos, etc ; para evitar cualquier tipo de trastorno.

Por esta misma razón, son colocados la mayor parte de reflectores en el emparrillado superior del estudio y ya que hablamos de reflectores, éstos generarán demasiado calor, es por eso que en un estudio de televisión se debe contar con aire acondicionado, pues pueden ser dañados los aparatos electrónicos con el excesivo calor producido durante alguna grabación. En él, se dan cita todo el staff de producción y las demás personas que harán posible la realización de un programa televisivo.

Recordemos que los medios televisivos en México, definen la palabra staff al equipo humano encargado solamente de la labor técnica que se realiza en el estudio de televisión. Las demás personas que hacen posible la realización del programa, aunque también es equipo humano, no se dedica a la labor técnica, sino a lo concerniente de la producción y coordinación de la producción televisiva. Dentro de estas personas encontramos desde el productor hasta aquella persona que saldrá "a cuadro". A continuación haremos mención brevemente de las actividades que realizan todos y cada uno de los que colaboran en ello.

**El Productor.** El concepto de productor está basado en la experiencia, comprensión y análisis que tiene tanto del medio televisivo como de la vida diaria. Es el motor (por llamarlo así) de la maquinaria de la televisión. Es iniciador en potencia de ideas nuevas : es ingenioso ; intérprete de los fines propuestos y deseados por el guión ya que es el coordinador final del trabajo de producción que deberá poseer una experiencia dividida entre la vida en sí y la práctica en el terreno laboral, superior por regla en general a los demás miembros del equipo de producción.<sup>1</sup>

**El Director.** Interpreta y desarrolla las ideas de producción. Su primera responsabilidad es la audiencia, pues trata con los sentimientos y emociones del televidente y como consecuencia cubre las necesidades más que los deseos. Tiene un sentido agudo de percepción que le permite reconocer la existencia de aquellas

---

<sup>1</sup> Cooper Bernard. **"The Television"**. Editores Asociados- México. Páginas 123 a 168.

cualidades que le dan calidad a un espectáculo y que acrecientan el interés del espectador. Es la figura central a cuyo alrededor gira toda la producción. Su tarea es coordinar los muchos elementos que intervienen en la producción.

**El locutor.** El locutor puede estar en cámara o fuera de ella. El locutor a cámara puede ser : locutor de comerciales ; comentarista de noticieros o de deportes ; o bien narrador.<sup>2</sup>

El primero ; puede señalar desde el párrafo primero del comercial, repite la información hasta realizar toda una letanía para actuar en un comercial. El segundo, lee noticias ya sea del guión mismo o ya con el tan popular teleprompter. El tercero ; narra lo que sucede en un evento deportivo y lo comenta, ya sea dentro o fuera de "cuadro". Y por último, el narrador de televisión lleva a cabo el relato de películas o programas de tipo documental que sería la famosa "voz en off". Otro personaje de la locución es el anfitrión de un programa llamado también en ocasiones el maestro de ceremonias y su actividad radica en presentar ciertos programas o espectáculos televisivos.

**Actor.** Que tiene dos objetivos : crear y vender, ya sea un producto o un programa. La venta de las habilidades del actor comienzan con la audición , donde el director o el productor forman su juicio sobre la calidad de su trabajo. A un actor se le puede tomar en cuenta para cualquier tipo de actividad frente a su cámara ya que el mismo puede ser conductor, comentarista, o incluso puede llegar a realizar un comercial.<sup>3</sup>

**El guionista.** O escritor, es para nosotros la persona más valiosa que venderá o no el programa, puesto que debido a la forma, formato y contenido que presente el guión para tal o cual programa, debe ser lo suficientemente convincente para que lo acepten ; no una ni dos personas, sino toda una comunidad, que aunque va dirigido a un cierto tipo de sector, sexo, edad, clase social, preferencias y gustos : éste será el éxito de una transmisión para el público televidente.

<sup>2</sup> Zertl Herbert. "**Television Production Handbook**". Wadsworth, Co. Inc. U.S.A. Páginas 407 a 464.

<sup>3</sup> Chester, Garrison y Willis. "**Television and Radio**". Appleton Century Crofts, Inc. N.Y. Pp. 574 a 580.

Ubicándonos en el staff de producción diremos que lo conforman :

***El ingeniero en video.*** Es el técnico responsable de la calidad de imagen que captan las cámaras, así como de los monitores de cabina y de estudio ; cada cámara de estudio cuenta con sus propios controles brillantes, balance de color, contraste, nivel de video, fase, etc ; los cuales son ajustados continuamente por los ingenieros de video, pues si fallan durante la grabación o transmisión de un programa, se tendrían problemas para su rápida realización y causaría mucho más tiempo hacerlo.

***El floormanager.*** Es el responsable de la operación que se realiza en el estudio. Se convierte en los ojos y oídos (por decirlo así) del director de cámaras, así como en ocasiones es la voz del mismo, porque ahora desde el master de control se puede observar bien lo que está ocurriendo en piso a través del cristal de cabina (aunque la mayoría de las veces está en piso), repite las instrucciones del director o quizá del productor del programa. Es el responsable de que todo marche bien en el set de estudio, ya que en este trabajo no se pueden permitir márgenes de error, sobre todo si el programa se realiza "en vivo", como lo son la mayoría de los programas propuestos en el capítulo IV de esta tesis.

***La Cabina de Producción o Master de Control.*** Es el centro de control de la imagen. Es el famoso Master de Producción. Desde allí se controla también el audio e imagen que se enviará al aire o las tomas que quedarán grabadas para un programa. Para ello, cuenta con un monitor por cada cámara que se tenga funcionando en el piso mismas que generan una imagen para el programa. De estos monitores, el Director de Cámaras, selecciona la imagen que saldrá al aire y es switchheada a la consola de video, allí pasa la imagen deseada a un monitor llamado "preview" y así el Director la autoriza, se switchea al aire, para lo cual existe otro monitor que muestra al Director de Cámaras la imagen que está siendo recibida por los televisores caseros.

También se cuenta con un reloj de precisión, con el fin de llevar con exactitud el tiempo al aire manejado por el programa, pues recordemos que "tiempo al aire es dinero" y que debemos tener y estar siempre bajo presión del reloj para una rápida

producción. Pero, podríamos realizar toda una investigación sobre "el master de control", pero éste no es el objeto de estudio de la tesis.

**El Camarógrafo.** Es la persona que opera la cámara en la transmisión de un programa de televisión. Al encontrarse una cámara switchheada o al aire, se ilumina el view finder para indicarle tanto al camarógrafo como "al talento" que están siendo grabados en ese momento, o en el caso de un programa en vivo, que esa toma está al aire. El camarógrafo debe tener buen gusto para las tomas, pues será la mejor imagen que el televidente pueda tener del programa. Dependerá ya del director de cámaras y del productor o director si salen al aire o no, pero el mérito se lo lleva muchas veces el camarógrafo, pues puede que esa toma resulte benéfico para el programa.

**El Switcher.** Es el operador de la consola de video. Tiene bajo su control todas y cada una de las imágenes que deben aparecer en el programa mediante botones de switcheo y una serie de combinaciones para las diferentes formas de cambio de toma, esto podría ser entre otras muchas cosas más, el corte directo, disolvencia, fade in, fade out, super imposición, winer, croma key, etc.

**Operador de Audio.** Es el responsable del sonido que se escucha al aire ya que tiene en sus manos el control de la salida de todos y cada uno de los micrófonos que son utilizados en el programa que se está realizando, así como el audio de filmes, video tapes, música en cinta y en video o disco que forma parte del programa.<sup>4</sup>

**El Iluminador.** Es el encargado de colocar correctamente los reflectores para crear una buena iluminación para el programa ; pues las lámparas deben estar instaladas según las necesidades del guión o los requerimientos del productor o director del mismo y permanecen todo el programa pendientes de alguna falla en la iluminación. Recordemos que la iluminación es utilizada para la creación de efectos ópticos indispensables en la televisión.

---

<sup>4</sup> Nisbett Alex. "The Technique of the Sound Studio", Hasting House Publishers, U.S.A. 1962

**El Director de Cámaras.** Como ya dijimos, es quien elige las tomas que saldrán al aire, es por eso que se vuelve el responsable directo del programa al aire desde la cabina de producción. Mientras que el floor manager lo es en piso, el director de cámaras lo es en la producción, pues debe estar al tanto de que todo marche bien en todas y cada una de las actividades que realice el equipo humano de producción y técnico que trabaja en la realización del programa. Revisa en compañía del operador del switcher los efectos electrónicos : gráficos : de diseño : letreros descriptivos de sobre imposiciones, etc : que saldrán al aire, entre otras muchas actividades.<sup>5</sup>

**El Tramoyista.** Es la persona que coloquialmente se dice "anda del tingo al tango", pues gracias a ella, es posible que todas las cosas necesarias, llámese escenografía, cables, luces, cámaras, etc : estén en el lugar correcto para llevar a cabo la grabación del programa. Es la persona indispensable para mover, jalar, cargar, instalar, etc : todo aquello que nos permita la facilidad de producción de algún programa, ya sea en vivo o grabado.

Después de haber descrito de manera general las actividades del equipo humano que realiza la producción televisiva, llegamos a la conclusión de que todos necesitan de todos. Es decir, las responsabilidades no se deslindan unas a otras ni mucho menos se desligan. Todo es un círculo de trabajo con un sólo fin : el trabajo conjunto para una buena producción televisiva.

La preproducción y la producción refieren a aspectos básicamente de escritorio, técnicos y humanos. ésto es, las personas y las cosas más importantes para la realización de un programa, pero dentro de la producción y la última etapa que es la postproducción, existe todo un proceso que es : el ensayo : el maquillaje y los pequeños detalles implícitos en un programa completo.

Una vez que ya se tiene listo el guión y es aceptado éste como todo el personal humano que trabajará con él, se realiza un ensayo previo a la grabación o transmisión del programa. Esto muchas veces ayuda a reducir el nerviosismo de las personas que

---

<sup>5</sup> Wagner Fernando. "La Televisión", Editorial Labor, S.A. España Páginas 47 a 68.

saldrán "a cuadro". Esto es, que con el simple hecho de que el "talento" se siente o se coloque en el lugar donde se realizará la acción, permitirá tanto al "talento" como al demás equipo de producción, realizar ensayos en cuanto a tomas (en caso de ser camarógrafos), a nivel de audio (en caso de ser responsable del departamento de audio) nivel de iluminación, etc.

Los siguientes puntos relevantes deberán ser seguidos por cualquier director durante un ensayo :

- a) Siempre deberá estar todo el personal en sus puestos.
- b) Todo el elenco deberá hacer sus movimientos y mostrar los objetos necesarios para las cámaras, y que éstas se den cuenta de lo que quiere ver el director en el monitor.
- c) Se darán señales de entrada, salida, comerciales, música, etc.
- d) Las partes más importantes se deberán ensayar hasta que queden pulidas y sin margen de error desde la cabina de control.<sup>6</sup>

El director además de obtener esquemas y planos del estudio, debe trabajar sobre los aspectos de movimientos de actores y posiciones de cámaras y micrófonos, así como también marcar los tiempos por escena en el guión con respecto a la lectura de procedimientos de producción a tomar, el humor del programa, etc ;así como establecer el día, la hora y el personal de ensayo.

El ensayo con cámaras ayuda para resolver todos los problemas referentes al movimiento de los actores, movimiento de cámaras, micrófonos e iluminación. En el ensayo se verán también las tomas especiales de cámara, las señales por parte del director de piso, los cambios quizá de personal, etc.

En cuanto a maquillaje, éste se realiza de manera tal que cumple con 3 funciones : para mejorar la apariencia de la persona, para corregirla o para cambiarla. El maquillaje ayuda a realzar y/o enfatizar cualquier parte del rostro<sup>7</sup>.

---

<sup>6</sup> Charles J. Coombs. "Ventana al Mundo". Editorial UTEHA, México. Páginas 18-59.

<sup>7</sup> Kehoe Vincent. "The Technique of film and Television Make up". Hasting House. Pub., U.S.A. 1975.

El maquillaje en televisión se ha ido complicando por las características mismas del medio. Ciertos factores electrónicos y de producción, influyen considerablemente en las técnicas de maquillaje que pueden ser : Peculiaridades en la reproducción del tubo de imagen de la cámara ; Técnicas de iluminación de la televisión : El color del vestuario y los decorados ; Tipo de tomas de cámara ; maquillaje suave para acercamientos de la misma y que parezca natural.<sup>8</sup>

Otro aspecto del color y apariencia será el vestuario. Como la cámara de televisión ve de lejos y de cerca, 4 aspectos se deben considerar a la hora del vestuario : Materiales :La fotografía de estos materiales de acuerdo con la escala de color y grises : La simetría y la línea : Los accesorios decorativos (prendedores, collares, aretes, etc.), pues gracias a ello, se puede lograr un efecto agradable en televisión para el telespectador.

La escenografía será un aspecto importante entre estas etapas porque, al igual que todos aquellos elementos visuales que intervienen durante la grabación, deberá estar diseñada (en nuestro caso) para fortalecer "la imagen y el carácter" del estilo de cada programa de nuestra futura barra programática, así como su fin que será proyectar sus contenidos, formas y formatos diversos del canal 13, en la ciudad de Irapuato.

En esta función, colaboran ingenieros, pintores, giseros, carpinteros, diseñadores, etc ; quienes fabrican las ideas y pensamientos del guionista y del director. En escenografía que se requiere en tal o cual programa. Estas personas desarrollarán la ambientación del mismo de acuerdo a la forma, formato y contenido del programa.

Los objetivos que debe cumplir la escenografía, son crear ilusión y tener síntesis. Al dar ilusión, se ubica desde el principio al espectador en dónde está realizándose la acción, y al dar síntesis, se plasmarán las ideas centrales de cada guionista y/o del productor. La escenografía debe permitir un rápido desarme porque en un estudio de televisión tan reducido como lo es el nuestro de la ciudad de Irapuato, no se dispone de mucho tiempo entre el cambio de escenografía entre un set y otro.

El departamento de utilería comprende la manual y la de decoración. La primera : la usan los actores y ejecutantes durante su actuación (plumas, computadoras,

---

<sup>8</sup> Kodama & Hidemitsu. "New type of make-up material and color television". Journal of the Society

hojas de papel, etc.) La segunda ; incluye muebles y accesorios del escenario (cuadros, tapetes, mesas, etc.) La distribución entre una y otra, lo determina la forma en que se vaya a usar un objeto. Por ejemplo :

“Si un actor portá un gafete como parte de su traje, se considera vestuario ; pero si el gafete aparece sobre el escritorio, se convierte en utilería escenográfica, y si forma parte de lo que alguien lleva en la mano, es utilería manual”.

Al fondo del escenario (background) es un factor de gran importancia dentro del decorado en general, que deben contribuir al igual que los demás elementos, al cumplimiento de los objetivos en : forma, formato y contenido. Lo más importante del tema de la escenografía es que el estilo de cualquier programa se deberá reflejar en la misma, lo que dará realce y reconocimiento a nuestros programas.

**La postproducción**, que es la última etapa para la realización de un programa, comprende básicamente la edición del programa y de todo lo que se tiene hasta el momento grabado. Aquí se enriquece nuestro trabajo en cuanto a imagen y sonido. Y no sólo eso, sino que también con la edición se le proporcionará forma y presentación mediante el ritmo y la continuidad. Recordemos que en un programa de televisión es en sí la imagen y sonido y es por ésto que existe la edición, pues con ello, se ilustrarán con imágenes sobre puestas, así como de correcciones tanto de los camarógrafos hasta de las personas que salen “a cuadro”.

Existen 2 tipos de edición en la cinta de video. La primera que es mecánica : que se corta la cinta y se pega con un pegamento especial, pero ésta resulta obsoleta y casi ha desaparecido del medio. La segunda, que es la electrónica, que busca y saca los pulsos de sincronía de la pista de control tanto del audio como del video. Esta última se hace en una grabadora, donde se necesitan 2 máquinas, 2 cintas, 1 reproductora y 1 grabadora : incluso es la edición tan limpia, como el cambio de una cámara a otra a través del switcheo de producción.

Los videotapes o filmes pueden ser editadas ya sea en las VTR (video tape recorder) : de formato ¾ de pulgada o VTR de 2 pulgadas, así como de moviolas para edición, de filmes de películas de 16mm ; éste último sistema es obsoleto en la

actualidad (pero no queríamos dejar de mencionarlo), ya que la mayoría de los países es más común el uso de videotape. En la edición se refleja el contenido de la emisión, pues se deben marcar detalladamente todos los valores culturales, de contenido, y de forma hasta que se logre conseguir el mensaje deseado ya que esto le dará validez estética y significativa de contenido a nuestras imágenes.

La edición por montaje, es que al estar grabando, el conductor comete un error para solucionarlo durante la misma, es necesario que determinemos en el audio una pausa de manera que podamos detectar el punto de error de la cinta. La pausa entonces es el punto conveniente realizar una edición por montaje. La edición por inserción, es una forma electrónica que se realiza con 3 modalidades: solamente video; audio y video; y solamente audio. En la primera, permite que se alimente de imagen la producción de nuestro programa, sin alterar nuestra grabación original del canal de audio de la cinta de video o videocassette. En la segunda, es cuando se corrigen los errores en ambos, ya sean juntos o por separado. Y La última, además de corregir aquellos errores de audio cometidos durante la grabación, nos permitirá musicalizar las secciones de programa que hallan sido grabadas en "frío", es decir, sin música de fondo proporcionándole mayor calidad a nuestra producción.

Recordando que dentro de la postproducción entra la edición del audio, video y su musicalización, hay que darle una especial atención, ya que es importante que exista un balance entre ellos. En muchas ocasiones una imagen dice más que mil palabras y narrarla o describirla sería una redundancia: que sólo se permitiría si el programa lo requiere para alcanzar objetivos muy específicos. Por lo general, en un programa bien planeado estos 3 elementos no entrarían en conflicto ya que cada uno tiene un objetivo específico. Cuando el audio (narración) nos da información importante la imagen debe corresponder a esa información y la música no debe rebasar a la narración porque pondría en conflicto al espectador; así mismo la música debe ir de acuerdo al tema tratado, de preferencia música no muy conocida para que el televidente no se distraiga escuchando la música y no atienda a la narración ni a la imagen. Es por eso, que habrá que escoger música neutra sin olvidar que la música sitúa, ambienta y da realce tanto a la imagen como al sonido y el espectador se ve inmerso en ello.

Después de haber realizado la edición habrá que hacer un resumen en donde se incrustan los créditos de las personas envueltas en la producción : director, productor, staff, locutores, guionistas, y en ocasiones actuaciones o colaboraciones especiales, etc. Consideramos que todo esfuerzo realizado (por mínimo que éste sea) para la producción de cualquier programa debe ser estimulado con el crédito correspondiente. Una vez que el programa esté terminado se le agrega o se realiza su respectiva entrada y salida que para nosotros serán y estarán constituidas por varias imágenes que corresponderán según sea la forma, el formato y el contenido de cada uno de nuestros programas.

En resumen, podemos decir que la postproducción dentro del proceso completo de realización técnica del programa, es aquella etapa que nos permite ejecutar en nuestra grabación los últimos retoques de calidad y presentación. A continuación se hará mención del equipo con el que cuenta el canal 13 de televisión por cable en Irapuato. Guanajuato considerando que puede aumentar o disminuir de acuerdo al uso en la producción :

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	MARCA	MODELO
1	Pedestal portátil p micrófono		
6	Videocasseteras	SONY	SLV-920 HIIFI VHS
2	Videomixer	VIDEONICS	MX-1 VHS/ S-VHS
2	Videocamaras	PANASONIC	AG-455 MP S-VHS y PM 3000 HQ VHS
1	Triple	SIMA	ST-30K PROLINE
5	Micrófonos Unidireccionales	ER	MC-101
2	Baterias	PANASONIC	
1	Cargador Eliminator para baterias		
2	Intercomunicadores	RADIO BHACK	TRC-506 40 MHZ y TRC-506 49 MHZ
1	Lampara	LUMINEX	FRT-425250 WATTS
4	Tituladoras	VIDEONICS	TM1-2000 VHS/S-VHS
1	Reproductora ¼	SONY	VP-2010
2	Video Cassett Recorder ¼	SONY	VO-2850 y VO-2610
4	Micrófonos Lavalier	AUTEC	ATR-35
1	Audio Mixer	BOSS	BX80
6	Reflectores	FLOOD	IP55 300 500
1	Track Lighting	DINASTY	TRC LH
1	Lasser Disc	SONY	MDP 455 GX
1	Televisor 14"	SONY	KV-1493
2	Modulares AV	PICO	PCM 55
2	Micrófonos Unidireccionales	PRQ	DM-435 KC
1	Televisor 20"	HITACHI	CT 2081

Después de haber tratado con las 3 etapas de producción televisiva ; de hacer el enlistado del equipo humano y técnico con el que se cuenta y del que se puede disponer ; y ya que tenemos los conocimientos base para que un programa se heche a andar, habrá que hablar entonces en nuestro siguiente apartado de : las formas, formatos y contenidos a utilizar para proponer la barra programática del canal 13 de televisión por cable en Irapuato.

### **3.2 FORMATOS Y CONTENIDOS PARA EL CANAL 13, IRAPUATO.**

Como ya es sabido la forma, el formato y el contenido es la esencia de un programa ; y gracias a éstos, es posible ganar un número considerable de espectadores para tener un mayor rating dentro de la barra de programación de la ciudad de Irapuato.

Recordemos que el espectador, por definición, está dedicado a la contemplación del espectáculo, es decir, para que se lleve a cabo un fenómeno artístico, natural o social en forma espectacular debe existir una relación entre el hecho representado y la contemplación de ese hecho. Suprimir alguno de ellos destruiría la relación establecida, y consecuentemente, el espectáculo y/o entretenimiento dejaría de serlo.

Aunque los programas televisivos son captados por infinidad de estratos sociales, los cuales obedecen a dinámicas de costumbres muy diversas, no hay que olvidar que aunque se tenga establecida una tabla de indicadores socioeconómicos de la población, el análisis debe estar en concordancia con el tipo de direccionalidad que se hará, es decir, delimitar los alcances de la emisión.

Eugeni Bonet nos habla del universo televisivo y establece la siguiente esquematización :

#### VIDEOSFERA

**CLASE : MEGATELEVISIÓN**

**TIPO** : Transmisión por medio de satélites de telecomunicaciones.

**DIRECCIONALIDAD** : Áreas más extensas que las abarcadas por una red de Macro Televisión simultánea a diversos países ;  
"Mundovision" Áreas más extensas que las abarcadas por una red de Mesotelevisión. (Ejemplo :  
la interconexión entre 2 o más televisoras -o canales- locales de gestión comunitaria) Mega Meso TV.

**CLASE : MACROTELEVISIÓN**

**TIPO** : Televisión convencional : estatal (monopolista) o privada comercial (oligopolios).

**DIRECCIONALIDAD** : Todo el público potencial de un estado, país, región o ciudad. (En el caso de la tvc al público potencial es todo aquel que está abandonado al servicio).

**CLASE : MESOTELEVISIÓN**

**TIPO** : Televisión o canales de un sistema de televisión de gestión comunitaria o de cierto grado de participación pública efectiva.

**DIRECCIONALIDAD** : Se dirige a una comunidad determinada geográficamente y con ciertas afinidades

**CLASE : MICROTELEVISIÓN**

**TIPO** : Sistemas de circuito cerrado y video (pequeños formatos) Tiene diversos usos : (contra) información, comunicación artística experimental, documental, científico, didáctico, educativo, terapéutico, auxiliar, doméstico, promocional publicitario y comercial

**DIRECCIONALIDAD** : Se dirige a grupos (o comunidades) más o menos reducidos, y más o menos especializados.

De las observaciones del cuadro anterior podemos decir que mientras más grande sea la extensión de la transmisión, menos oportunidad se tendrá de hacer un análisis sociológico de los televidentes; y al revés, mientras menos sea la extensión de la transmisión, hay más oportunidades de elaborar un lineamiento socioeconómico de los receptores para llegar más directo al gusto del televidente mexicano.

En nuestro caso del canal 13 de la ciudad de Irapuato, se puede aplicar el nivel de la Mesotelevisión, pues de hecho, es el más adecuado para realizar una investigación sociológica del público receptor fresero. Correspondiente a la televisión regional o provincial, éste tipo de difusión contemplaría una adecuada ubicación productiva, social y cultural de los espectadores para poder desarrollar así, una investigación que nos permita detectar constantes del grupo o sector social. Nosotros partiremos para nuestra investigación de un universo previamente delimitado y de elaborar una tabla con los siguientes datos :

1. Principal actividad productiva de la región.
2. Número de habitantes : productivos, no productivos, hombres, mujeres, adultos, menores, etc.
3. Principales organizaciones laborales y civiles, así como las funciones que desempeñan.
4. Número de centros de educación : primaria, secundaria, educación media superior, educación superior, cursos especiales, etc.
5. Horarios de Trabajo y Tiempo Libre.
6. Número de centros de esparcimiento, diversión y entretenimiento : cine, teatro, parques, balnearios, otros.
7. Porcentaje de televisores por número de familias.
8. Y Tipo de programa que suelen ver, en qué horario y en qué día.

El vaciado de los datos nos dará como guionistas la posibilidad de saber, no sólo cuáles son los mejores horarios de difusión para cada tipo de público, sino además, indicadores de escolaridad en la población; principales problemas laborales; deficiencias en la organización civil para diversas actividades sociales y políticas como : educación, salud, cultura y otras. También serán elementos que permitirán al guionista elaborar textos con una atmósfera natural y cercana a los espectadores, y con formas de expresión comunes; sin olvidar jamás que los resultados de éste variarán conforme a los censos que realiza periódicamente INEGI.

A nuestro modo de ver, a comunicación en provincia tiene mayores nexos entre los emisores y receptores, pues existe un clima de autenticidad por la proximidad establecida entre nuestros temas a difundir y los principales problemas que les afecten a

todos los irapuatenses o los gustos que ellos demanden. Un medio de comunicación local, tiene más fuerza y vigencia en la comunidad que un medio masivo captado en esa misma zona, por la sencilla razón de que el espectador, con el primero, tiene puntos de referencia y credibilidad que objetiviza con mayor rapidez y facilidad.

En efecto, el conocimiento detallado del público a este nivel que es el Mesotelevisión tiene una relación estrecha con los programas emitidos porque existirán barras dedicadas a un determinado tipo de público y horario. Resulta interesante rescatar el hecho de que con el tiempo, el tipo de programas transmitidos en este horario, se podrían convertir en necesidades sociales, en la medida de que el público se haya acostumbrado a presenciarlos y los acepte como tales. Interesante sería para la televisión por cable en Irapuato crear parámetros para establecer horarios de mayor afluencia según sea la asistencia de espectadores, y sobre todo su participación en las emisiones.

El conocimiento sociológico de los espectadores es el compromiso y el grado de información con los que cuenta el guionista para saber dirigir sus escritos a un público que pueda entretenerlo y tratar de que experimente una reflexión sobre el tema desarrollado televisivamente. Es importante que el guionista pruebe formas de expresión distinta: intente la combinación de imágenes novedosas y singulares en la significación: busque en el espectador una participación activa y una comunicación artística y humana para respetar y promover nuestra identidad cultural como freseros.

Nosotros como guionistas somos y debemos ser capaces de elaborar diálogos, situaciones dramáticas y narraciones que traduzca algunos elementos esenciales de la realidad a la expresión audiovisual, utilizando el lenguaje más sencillo que se pueda imaginar para la fácil captación del televidente.

Al realizarse el guión se recuerda que es un instrumento de trabajo para todos los que laboran e intervienen en la producción, entonces se debe señalar las instrucciones de trabajo de todos y cada uno de los que harán posible la realización del programa. Además recordemos que con buenos guiones (dicen), se aseguran buenas producciones, que aunque no estamos del todo de acuerdo, no es trabajo para tratar a fondo, sino de plantear que nosotros precisamos la ubicación televisiva que será un servicio a la comunidad en cuanto a información, recreación, educación y participación social que es lo que se pretende para el canal 13 de televisión por cable en la ciudad de Irapuato.

Por último, ya que el guión es el motor conceptual, estético, formativo, técnico y organizado que nos vincula los elementos de nuestra producción televisiva, pues jugará un papel muy importante y determinante en la estructura física, estética y de contenido, involucrando a los realizadores a asumir su compromiso en el tratamiento de los temas. Aquí se especificará desde la imagen que servirá para comenzar el programa, hasta aquella que ilustrará o reforzará los contenidos que servirán para el cierre del programa.

La crisis de los contenidos y de la expresividad audiovisual ( en un intento por reflejar lo más cercanamente posible la realidad mexicana) no son aspectos privativos de la tv, pues aún en las emisoras privadas y de gran proyección, es notoria la falta de capacidad expresiva para mostrar una realidad, al fin de cuantas manipulada, pero que refleja mínimamente al acontecer diario característico de la sociedad mexicana.

Así pues, los formatos a proponer es el género televisivo que en primera instancia detecta las entidades propias del estado de Guanajuato, esto es, funciones, actividades, objetos, desarrollos, tendencias, etc (estas identidades surgen a partir de conocer la esencia económica, política y social de la ciudad). Posteriormente, reflejará dichas identidades con el propósito de conseguir una propuesta formal en *contenido* (argumento) y en *estilo* (significación) para proponer así una pureza en la expresividad de la televisión por cable irapuatense.

En la proposición argumental de los formatos de televisión por cable debe incluir en su desarrollo lo conceptual, estético y metodológico. La combinación significativa es el acoplamiento estético (plenamente analizado y dentro de un proceso de investigación) de las actividades que determinen el marco del entorno de la ciudad, que son a su vez, el punto de referencia para generar los temas a desarrollar. Y consideramos que ésto se logrará a partir de la experimentación misma.

En el mismo sentido, los formatos a desarrollar para la televisión por cable irapuatense en su canal 13, deben conseguir en pantalla una **imagen : realista, honesta, formal, juvenil y amena**. Es decir, no porque los elementos utilizados o la gente joven que trabaja frente o detrás de cámara en los mismos, nuestros programas carecerán de objetividad, seriedad, neutralidad y/o sentido de crítica.

Nuestros formatos reconocerán un proceso permanente de evolución y renovación para el mejor manejo y conservación de un número considerable de

audiencia, de tal manera que uno de los aspectos de vital importancia será **mezclar a la mente juvenil, fresca y dinámica como a la mente madura, práctica y adiestrada** que con experiencias desarrolladas en el medio, juntas interactúen para mejorar y aumentar su proyección local con su respectiva barra programática.

Los formatos no deben pretender las cosas gratuitas, sino deben replantearse el por qué de su actividad y el para qué hacer las cosas ; debe atenderse a las necesidades de información social como servicio a la comunidad, por lo tanto, los mismos deben distinguirse por contar con una caracterización expresiva y un contenido por comunicar.

La primera, se refiere a la interpretación (trayectoria argumental) propia de los hechos que acontecen en el ámbito irapuatense para presentar en pantalla imágenes peculiares. Y la segunda, el contenido por comunicar siempre debe estar expresa o subjetivamente incorporada al discurso de las imágenes audiovisuales de los formatos a desarrollar para el canal 13 de televisión por cable en la ciudad. A raíz de esto, deben contar con unas proposiciones argumentales (de contenido) donde se vea inmersa la cultura y rescate al tratamiento televisivo de los valores de identidad y autenticidad para un abordaje consciente del **tema que le permita al espectador sentir que aprende, se entretiene, se divierte y reflexiona sobre el mismo.**

En este caso particular, el canal 13 "La señal que nace en Irapuato" carece de guionistas, puesto que el nacimiento del mismo no tiene más de 2 años y hasta el momento no se han presentado personas capaces de poder realizar un determinado guión para cualquier otro programa (a parte de los cuatro que al momento se encuentran al aire); por lo tanto, es importante realizar una propuesta de formatos para que las emisiones tengan una sustentación teórica y metodológica. "La señal que nace en Irapuato" no debe excluir de su actividad de difusión masiva ningún formato. La televisión mexicana se ha caracterizado desde su nacimiento por manejar formas establecidas desde los años 50's en sus contenidos un registro de : 30 a 60 minutos de grabación (últimamente se ha ampliado a más de los 60 minutos, por poner un ejemplo programas de antaño como "Mala Noche No !", "¿Y usted que opina ?", "En Vivo", etc ; además de un tiempo especial destinado a los comerciales (espacio publicitario en cortes) que van desde los 11 a los 22 minutos variando éstos con una grabación que va desde los 25 a los 35 segundos.

Para referirnos al contenido, éste debe ser suigeneris, pues debe cubrir el gusto diverso del público irapuatense. Nuestro interés es un tipo de contenido que concibe la tvc dentro de una dimensión de diversión, esparcimiento, cultura y de análisis social que de como resultado otras alternativas televisivas más para los suscriptores que :

En primer lugar ; se adecue a las necesidades y se adopte a las condiciones actuales de la ciudad de acuerdo a los niveles de la tvc y su difusión. En segundo lugar ; que con los géneros televisivos que se inserten, sirvan como puente para la sociedad para escalar poco más dentro de su acervo cultural y le permita el desarrollo de una expresividad televisiva propia, es decir, con un estilo inmerso en la cultura, que abarcarán contenidos de polémica, concursos, deportes, musicales, películas, programas de asistencia, etc.

Lo más relevante es atender y utilizar un tipo de formato televisivo que recoja todo el potencial cultural, social, económico, político, investigativo, etc : y que comience a formar un ejercicio televisivo que traiga como consecuencia la narrativa característica con alternativas temáticas en donde se vea implícita la superación personal (en todos los aspectos) en los freseros que :

- \* Se adecue a las condiciones sociales de Irapuato.
- \* Que pueda ser el mejor género televisivo que se inserte en el proceso de generación de conocimiento y sirva como puente entre los investigadores, guionistas, personas de la comunicación, funcionarios, medios de comunicación y la sociedad misma.
- \* Y que de acceso al desarrollo de una expresividad televisiva propia y lo distinga de los demás.

Al decir que proponemos nuevos formatos, no decimos con ésto crear otros a los ya existentes, sino que mediante "la revista" en los géneros, modificar la forma y el contenido de los mismos en donde :

Primero ; se proponga un manejo adecuado de elementos informativos para que el público tenga una atracción especial por las transmisiones que ofrezca el canal. Segundo ; donde se utilicen elementos persuasivos para una mayor penetración dentro

de la sociedad irapuatense a través de un medio de difusión como lo es la tv. Y por último. que mediante recursos icónicos, verbales y sonoros se pueda colocar en los primeros lugares de rating dentro de la ciudad logrando una pronta identificación entre el televidente y la estación televisora mismos que obtendrán validez significativa a nivel social y la captación del público "fresero".

El tema a desarrollar le dará validez significativa (como se pretende) a los elementos conjugados, con un estilo acorde y ligado a las necesidades informativas. culturales, de diversión y esparcimiento de los irapuatenses. El contenido de las formas de expresión son los conceptos, abstracciones, hechos y conclusiones que nuestra mente pueda desarrollar sobre los aspectos cotidianos, pues las palabras no son nada sin un contexto correspondiente ; lo mundano de las palabras nos llega más fácilmente porque su naturaleza nos es familiar ; y como todo receptor, somos mundanos y coloquiales en toda la extensión de la palabra.

El contenido como expresión pura es objetivo, pero deshumanizador. Este hecho nos lleva al siguiente dilema ¿Cómo expresar contenidos puros y que el público receptor tenga disponibilidad de asimilarlos ?. sobre todo bajo el supuesto de que el contenido no haga alarde de formalidades y apariencias.

Los formatos a proponer en esta tesis. no deben perder de vista esa particularización expresiva a partir de las significaciones visuales y abstracciones de contenido para construir una estabilización de la expresión televisiva mediante la utilización de elementos propios tales como la simbología y la recuperación filosófica e histórica de los valores que se preocupan por reflejar nuestra idiosincrasia.

La clasificación , tiene como propósito delimitar el contenido de los distintos programas que se pueden producir. de tal forma que se integren en barras de programación que mantengan un equilibrio informativo de acuerdo al receptor del medio televisivo. De tal suerte que se dividió en tres rubros :

1. Por las funciones que tiene un programa
2. Por el tema que trate el programa
3. Por el género que utilice para presentar el programa

Cada uno de estos rubros puede complementarse entre sí, de tal manera que un programa pueda clasificarse de la siguiente forma : por su función puede ser de entretenimiento (la ligereza con que se trate el programa), por su tema puede ser político y por la forma en que se trate puede ser de espionaje. Las funciones que puede tener una emisión televisiva o serie son : **entretener, orientar, educar.**

Los programas que proporcionan elementos que enriquecen el nivel educacional y por lo general tienden a proponer cambios de actitudes en la población . Por su tratamiento pueden ser sistemáticos : **informar, analizar, capacitar.**

El tema que pueden tratar : **social, político, económico, ecológico, histórico, cultural.** El género es entendido como la forma a través de la cual se da la acción en el programa, es decir, en sí mismo la estrategia de comunicación para emitir un mensaje.

De ésta manera, los géneros pueden ser los siguientes : **cómicos, concursos, espectáculo, deportivos, noticiosos, novelas, teatros, eventos especiales, bélicos, ciencia ficción, comedia, drama, espionaje, oeste, servidores públicos, musical, dibujos animados, documental, aventuras, reportajes, entrevistas, mesa redonda, mixto y didáctico.**<sup>1</sup>

Desde nuestro punto de vista creemos que la tvc irapuatense carece en estos momentos de expresividad propia y no se ha distinguido del todo (socialmente hablando) de otros formatos televisivos (aparte del noticiero) para caracterizar métodos, estructuras y peculiaridades narrativas que se distinga de otras formas de expresión estética y se le aísle de otros medios de comunicación, que hasta cierto punto es justificable, pues a 2 años de haber cumplido al aire, sería ingenuo pensar que han llegado cientos de propuestas y opciones a elegir, y ser como consecuencia, adoptada y proyectada en la ciudad.

Es por eso que nuestro propósito es establecer las formas, formatos y contenidos para la futura barra programática ; ahora bien, según el objetivo de esta tesis, el hecho de proponer una delimitación esquemática y clasificar las diversas modalidades de

---

<sup>1</sup> Ahumada Barajas Rafael. Cuadernos de la ENEP ARAGÓN. "**Elementos teóricos, metodológicos y técnicos de la planeación de mensajes educativos para televisión**". Número 72, Febrero 1994. Páginas 15-19.

expresión en las emisiones televisivas, no debe entenderse por ello como una reducción de las reales posibilidades de la televisión local para expresarse, sino como una vía que nos permita establecer parámetros, puntos de partida y así profundizar en el análisis de los formatos televisivos. Los formatos de televisión serán clasificados según nuestro concepto basado en la experiencia propia y en los rubros de la página anterior.

- INFORMATIVO :** Telenoticiario - nota informativa : uso del reportaje, crónica, comentario, editorial, entrevistas, Telenoticiario, Telenoticiario y Telenoticiario : formatos más amplios y desarrollados que los utilizados en el telenoticiario.
- ESPECTACULO :** Musical.- culto y popular  
Dramático.- teleteatro, telenovela, telecuento, sketch cómico, entre otros.  
Deportivo.
- EDUCATIVO :** Didáctico o Pedagógico (expositivo y doméstico)
- OTROS :** Comerciales publicitarios, videoclip, videoarte, etc.

El informativo es un formato que difunde las noticias periodísticas más importantes del día acontecidas en la localidad, el estado y/o en el país. Aquí se tienen cabida las notas informativas, crónicas, reportajes, entrevistas y comentarios editoriales de la emisora. Existen algunos telenoticiarios que desarrollan temas un poco más específicos, eventos culturales, condiciones ambientales y servicios al público en general.

El telenoticiario significa, por lo general para el canal de tv, el programa de mayor importancia en primera instancia porque da la oportunidad para que el medio se exprese ante ciertos acontecimientos sociales, políticos y culturales de la localidad y del resto del estado como del país. Este formato es el principal fragmentador de la realidad que difunde por la televisión, dado que su condición de comunicar la información más destacada lo convierte en un género manipulador y tergiversador de los hechos ocurridos en la ciudad. No sucede lo mismo con otros formatos que al tratar temas que no son de actualidad, pierden la peculiaridad de influir en la credibilidad entre los espectadores.

Lo que nosotros conocemos como "documental" se apega mucho a la idea de este género, más no exactamente igual porque el formato tiene por objetivos actualizar los temas, convertirlos en cierto modo, en servicio educativo e informativo para los freseros y promover la reflexión en el televidente que lo haga más participe en los

problemas que le circundan y que le afecte las imágenes a difundir y se deben conseguir con la cámara llevada al hombro, registrando la realidad.

La tele revista es como la esponja de la televisión, porque es el único género que por definición acepta y absorbe todo tipo de tema. El formato pareciera que no tiene nada planeado, ni un objetivo a desarrollar, sin embargo, es el género que más audiencia tiene, por lo tanto es el que se pretende utilizar. Con frecuencia son emisiones transmitidas en directo y buena parte de sustento temático ; además de la simpatía de los conductores que suelen hacer uso de sus capacidades histriónicas y de convencionalismos para mantener la atención al público. La línea y el clima holgado son elementos que logran que el programa persista.

Consideramos que la tele revista es el formato idóneo para "La señal que nace en Irapuato", pues reúne las características necesarias para darle un giro y persuadir el contenido y para crear el esparcimiento social de los temas y propuestas generadas por la ciudad. Será importante también porque recogerá todo el potencial cultural, social, económico, político y de investigación, y con ello comenzará a conformar un ejercicio televisivo que traiga como consecuencia la narratividad característica propia del canal.

Aquí se permite todo : desde el chascarillo o la broma hasta la frivolidad ; y en ese ambiente sin mesura, se desarrolla una expresión muy particular de la televisión. La misma se utilizará para todos los géneros por abarcar pero en el caso de nuestro noticiero "Cablenoticias" ésto no sería posible puesto que se pretende realizar este formato de la manera institucional que se conoce.

El telespectáculo corresponde a todos los musicales, programas de concurso y a los dramáticos. Cuando un programa musical es grabado en el momento de llevarse a cabo (en directo) o en estudio, la televisión encuentra una de sus manifestaciones más características, pues al registrar la canción con varias cámaras (por lo general 3), juega con los distintos enfoques recreando la composición visual y no sólo en éste formato sino en todos los demás que será lo que distinga esos programas a otros de la televisión abierta. Así como televidentes visualizamos un sinnúmero de ángulos dándole mucha riqueza expresiva al género artístico registrado.

En una transmisión deportiva ocurre lo mismo, la óptica del televidente se multiplica y pareciera que estuviera ubicado en 10 sitios distintos. Además aquellas

posibilidades técnicas que ha logrado la televisión (el congelamiento y la repetición instantánea en acción) logran cierta expectativa y persuadir así al espectador.

La teledramatización corresponde a las telenovelas, telecuentos, teleteatros y programas cómicos (sketchs) que necesitan de actuaciones dramáticas. El uso común ha hecho que el público identifique al género por las telenovelas (que están dirigidas al ama de casa), no obstante, es rico si tomamos en cuenta que el medio televisivo se conjuga con las más importantes expresiones de la literatura para desarrollar un formato con muchas posibilidades expresivas. El formato educativo, se determina en no formal o informal, pues no requiere de aulas o algún plan de estudios para llevarlo a cabo. Desde el punto de vista de que todo se puede aprender, la televisión resulta un medio importante para llevarlo a cabo.

Otros formatos televisivos son aquellos que de acuerdo a la clasificación propuesta con anterioridad, no tienen una morfología determinada y su expresividad se desarrolla a partir de objetivos muy especiales, esto es, responden a necesidades publicitarias o estéticas en el mejor de los casos. No obstante, sería interesante analizar las posibilidades artísticas y de lenguaje audiovisual que han alcanzado los anuncios comerciales y los videoclips recientemente masificados, concretamente por la televisión estadounidense.

En los 2 casos encontramos grandes proposiciones de significados en el manejo y enfrentamiento de las imágenes, pues sin lugar a dudas se puede afirmar que estas expresiones televisivas son las más avanzadas en cuanto al lenguaje de la televisión se refiere, porque constantemente cuentan con la experimentación y ponen en práctica todos los recursos técnicos y electrónicos del medio.

Los comerciales y los videoclips carecen de contenidos culturales, sociales o políticos manifiestos. Sus objetivos están determinados por una finalidad comercial y de lucro, pero estos formatos y/o géneros estarían destinados a la distracción del televidente. Aquí no sería cultural porque pocos videos musicales persiguen un fin educativo y de concientización, pero este seguimiento musical sería un programa de "relax" en la vida estresante y cotidiana del televidente.

Bien valdría la pena recurrir a la tipología de clasificación de los mensajes televisivos como gran ayuda para la realización de todos y cada uno de los programas propuestos en esta tesis. Las funciones de una serie televisiva: **Entretener** (aquellos programas destinados al esparcimiento de la población y que por lo general tratan de manera ligera cualquier tema). **Orientar** ( programas destinados a guiar las acciones de la población hacia el provecho individual y social). **Educar** (Los programas que proporcionan elementos que enriquecen el nivel educacional y por lo general tienden a proponer cambios de actitudes en la población).

Por su tratamiento pueden ser: **Informar** ( transmisiones que proporcionan información sobre acontecimientos nacionales e internacionales sin intervenir ningún juicio de valor). **Analizar** ( comentarios sobre diversos temas de interés público nacional e internacional, encaminados a realizar un análisis del tema en cuestión). **Capacitar** ( programas que presentan información que coadyude al mejor desarrollo de determinadas actividades económicas).

El tema que pueden tratar: **Social** ( aquellos programas que giran en torno al individuo y su relación con el medio ambiente, inscritos dentro de un momento histórico determinado). **Político** ( programa cuyo contenido tenga como eje central las relaciones sociales establecidas y regidas bajo ciertas líneas ideológicas que influyen en la formación social de un sistema económico determinado). **Económico** ( aquellos programas que establecen relación o se encuentran íntimamente ligados al desarrollo de las actividades de producción y distribución de la riqueza y que corresponden a un determinado sistema social). **Ecológico** ( Las transmisiones que proporcionan información relacionada con la biología, zoología y otros aspectos relacionados con la perpetuación del orden natural del individuo y su medio ambiente). **Histórico** ( los programas que tratan sobre las diversas etapas de evolución del pensamiento y el quehacer social de la humanidad). **Cultural** ( se consideran a las transmisiones que presentan hechos, manifestaciones y costumbres de un grupo social determinado a través de la historia). Como ya dijimos en la página 95, el género es entendido como la forma a

través de la cual se da la acción en el programa, es decir, en sí mismo la estrategia de comunicación para emitir un mensaje.<sup>2</sup>

De los formatos mencionados, sobra decir que no se practican de una forma pura, no hay más que encender nuestro televisor para darnos cuenta que no existe una manifestación aislada de estos formatos, pues constantemente se interrelacionan. Nosotros pretendemos que sólo nuestro formato de noticiero tenga un guión completo, pero que los demás formatos tengan sólo guión a seguir sin tener estricto apego a ello. Porque somos de la idea de que cuando en un programa se tiene el mismo guión a seguir y la misma forma de mandarlo "al aire", sucede que el suscriptor ya sabe como (con el paso del tiempo) será la secuencia del mismo programa.

Por ejemplo, en general para un programa, se sabe que al comienzo del mismo ; se hará una toma general del estudio. El primer "talento" saludará al suscriptor, después se abrirá la toma de la cámara y saludará a su compañero de "cuadro", se realizará otra toma abierta y se ubicarán en "two shoot", repetirá alguna frase característica del programa o incluso de él mismo y se irán a pequeños bosquejos de lo que tratará ese día el programa y después se irán a comerciales.

Esto resulta totalmente tedioso y aburrido para el suscriptor; nosotros pretendemos que el televidente irapuatense (nosotros lo llamaríamos "espectador actual") se mantenga a la expectativa de lo que sucederá dentro del programa para que no se pierda el interés del televidente. El uso constante de cortes proliferados, pequeñas pistas del contenido del programa, recurrir a palabras tales como "y en un momento", "después del corte", "enseguida", "no se pierda" o quizá una pregunta hecha al aire que dará pie al siguiente tema expuesto, entre otros, crearán cierta expectativa en el televidente fresero que no se podrá omitir en los géneros antes expuestos.

Después de haber descrito cada uno de los formatos, cabe señalar que después de haber seleccionado al formato de telerevista por proyectar en las transmisiones del canal local de Irapuato, Guanajuato ; no es resultado de la preferencia personal del mismo ni ventaja por querer utilizarlo, sino es el resultado final de la exigencia de una serie de

---

<sup>2</sup> Ahumada Barajas Rafael. Cuadernos de la ENEP ARAGÓN. "Elementos teóricos, metodológicos y técnicos de la planeación de mensajes educativos para la televisión". Número 72. Febrero 1994. Páginas 15 y 16.

necesidades del espectador contemporáneo irapuatense basado en encuestas y entrevistas de campo realizadas el año pasado, lo cual, es buena base para que se logre con un aceleré total a la pronta identificación entre los freseros y "La señal que nace en Irapuato".

### **3.3 PRODUCCIÓN FINAL PARA LA PROGRAMACIÓN TELEVISADA.**

Cuando ya se tienen los formatos a transmitir con su contenido correspondiente, habría que delimitar entonces, cuál es el producto que genera la televisión en su proceso de producción final televisiva.

Ésta se refiere esencialmente a la generación de imágenes y mensajes. Las imágenes, son las **formas** (*significantes*) como se dan a conocer en las emisiones. Y los **mensajes** (*significados*) son el contenido implícito en las imágenes visuales y auditivas.

En el proceso de producción de imágenes y mensajes televisivos siempre hay competencia entre las casas productoras, en el caso de Irapuato, no existen casas productoras de televisión que puedan competir unas a otras, pero sí existen mentes destinadas para la producción televisiva y allí si hay una libre competencia artística en toda la extensión de la palabra.

Como primer punto, es necesario que se elabore un estudio detallado sobre las distintas etapas finales de la producción para detectar su comportamiento a la hora de elaborar imágenes y mensajes :

1. **icónicas**: que son los movimientos figurativos, las representaciones visuales, las animaciones y todas aquellas acciones en pantalla.
2. **verbales** : que es la expresión lingüística ya sea por escrito o verbal.
3. **sonoros** : que corresponde a la música y efectos sonoros que resalten o alteren la misma imagen.

Hay que recordar que la televisión dedica buena parte de su tiempo a formatos informativos, de esparcimiento y de servicio doméstico, programas que se caracterizan por captar a un público masivo y llevarlo al lugar de los hechos de forma simultánea e inmediata, es por ello que habrá que describir cada uno de los tipos de narración.

En la icónica cada imagen en la pantalla tanto en el cine como en la televisión es un signo, tiene significado y obviamente es portadora de información y puede tener un carácter doble : por una parte, las imágenes en pantalla reproducen los objetivos del

mundo real, entre estos objetos y sus imágenes en pantalla se establece una relación semántica. Los objetos se convierten en las significaciones de las imágenes. Y por otra : las mismas pueden tener significaciones complementarias a veces inesperadas. Por ejemplo : la luz, el montaje, el juego de tomas y de planos de efectos electrónicos colaboran mucho en el grado de significación que pueda tener una imagen.

Pero la significación entre el ícono y símbolo no se da si no existe un convencionalismo cultural en los códigos experimentados por el público, ya sea en un medio de comunicación, en una corriente estética, o en un estilo audiovisual para narrar los temas de cada uno de nuestros programas desarrollando un estilo televisivo local.

En la narración verbal el personal correspondiente dedicado a realizar los guiones se preocupa exclusivamente en desarrollar los formatos con apego a la estética, pero no hay que preocuparse, sino ocuparse. La imagen televisiva significa algo, y este es el sentido para conseguir un avance en la comprensión del lenguaje en las imágenes. La significación de todo tipo de lenguaje está basada en los signos que la sustentan : para el caso de la lingüística las palabras.

El hecho de significar en el lenguaje lingüístico nos remite a : darle vigencia, validez y movimiento a la expresividad de imágenes y nos daríamos cuenta que la imagen no crea signos que se desdoblén en sustancia y forma, porque éstas no tienen capacidad de desmaterializarse para remitirse al concepto u objeto que se refiere, sino que cobran significación al relacionar forma y contenido ; significante y significado e imagen con acústica y concepto.

Si una imagen significa, no es porque en sí misma contenga el poder de significar, sino porque es una imagen que el interior está compuesta de varios elementos mezclados y al exterior está en concordancia con otras imágenes que en su conjunto llegan a significar algo de acuerdo a la realidad en la que vivimos.

Apartar la simbología del lenguaje de las imágenes para algunos autores sería igual que quitarle la esencia al lenguaje de la radio, el cine o la televisión, puesto que el símbolo cobra su significado a partir de la motivación que recibe de la realidad y el lenguaje que se emplea para expresarlo.

El semiólogo inglés D.A Dondis sostiene que las imágenes pueden llegar a tener una gramática propia, un comportamiento universal ; y para tal efecto, sustenta el

concepto de "alfabetidad visual" que implica la comprensión, el medio de ver y compartir el significado a cierto nivel de universalidad posible.

Lograr esto, requiere llegar más allá de las capacidades intuitivas programadas en nosotros para la toma de decisiones visuales sobre una base más o menos común y más allá de las preferencias personales y el gusto individual, por ello, no podemos hacer caso omiso que tanto la imagen como las palabras siempre irán aunadas y jamás se podrán desligar una de la otra.

Y por último la narración sonora, que sería el puente final para lograr la expresión audiovisual, pues la música o cualquier efecto de sonido que resalte o altere la imagen, tiene una función de anclaje en la imagen propuesta, pues cada melodía guarda elementos propios que le dan viveza a la misma. La música nos remite a una atmósfera, así mismo es una expresión más de cultura.

Lo que se pretende dentro de los formatos es que en lo que corresponde a la expresión audiovisual dentro del elemento sonoro que lo compone, también se eduque al oído irapuatense, pues la música resultaría de vital importancia para realizar y dar renombre a nuestro canal local, ya que cada uno de los elementos que constituyen las imágenes audiovisuales tienen un peso considerable en la concepción del significado en conjunto, y por lo tanto, podría pensarse que la significación puede alterarse desde el momento en que se modificaran cualquiera de los elementos que la componen.

Siendo específicos en la narración audiovisual que lo compone, todo objeto, movimiento, situación, palabra, hecho, ruido, gesto, señal, etc : cumple una función importante de unidad significativa, según sea el tratamiento argumental en nuestros guiones. Por lo tanto, los futuros escritores del canal 13 deben buscar unidades significativas en la vida diaria de la ciudad y en su quehacer cotidiano para establecer un cuerpo de expresiones propias, que poco a poco, le den validez de imagen propia al canal.

Como segundo punto importante dentro de la producción final es la instrucción formal o familiar, que son instituciones importantes en la transmisión de la cultura y los conocimientos de generación en generación, así como la formación de rasgos humanos que contribuyen a la producción económica, a la estabilidad, transformación social y obviamente a la generación de nuevos conocimientos.

Como realidad social, la educación varía a través del tiempo adoptando muchas formas distintas en el espacio y lo refleja la escala de valores de algún grupo o algún núcleo familiar que no se realiza mecánicamente, sino que lleva esto a una serie de transformaciones que van de acuerdo con el movimiento social de la localidad. Las formas de educación siempre deberán ir acompañadas de la formación familiar como de los maestros en la escuela, pero la intención es la misma, el educador es el educado por la sociedad que lo necesita como instrumento para la formación de la gente, y ¿Quién podría negar que la televisión es también educación con todas las funciones que ésta realiza, pues refleja la vida misma del hombre en su entorno social ?

*"El proceso de enseñanza - aprendizaje no se da de forma aislada : está íntimamente ligado y relacionado con el otro proceso : el de la comunicación. considerando la acción de poner en común o intercambiar estados de ánimo, estados subjetivos, tales como las ideas, sentimientos y creencias, y usualmente, por medio del lenguaje ; aunque también por medio de la presentación visual, la imitación y la sugestión."*<sup>1</sup>

Y nosotros consideramos que la televisión reúne todas éstas características para poder lograr éste fin satisfactoriamente con la propuesta de nuestros programas. Recordemos también que el proceso comunicativo es de suma importancia para el desarrollo del proceso enseñanza - aprendizaje ya que forma parte de la educación audiovisual y ésta es considerada desde hace mucho tiempo como nueva alternativa de enseñanza.

La imagen audiovisual valiéndose de medios modernos como la televisión, nos permite crear toda una gama de ambientes, pues como medio de comunicación cobra gran importancia porque posee el poder de la persuasión y conocimiento, pues se unen la imagen y la palabra : de la misma manera, la televisión penetra con su poder efectivo (sonido, imagen y palabra) en los hogares de cualquier sitio donde exista un televisor porque su público puede ser suígeneris.

No podemos pasar por alto que la televisión cumple varias funciones, sin embargo existen 3 por las cuales se le ha caracterizado : **función informativa, función recreativa y función cultural.**

---

<sup>1</sup> Romero Rubio Andrés. **"Teoría General de la Información y la Comunicación"**, Página 318.

La primera, informa al público receptor los acontecimientos que suceden ininterrumpidamente, es decir, cualquier exposición de hechos o ideas a través de un medio de comunicación de gran alcance tal como la propia televisión.

La segunda, está apoyada en dos citas de algunos escritores donde afirman que la sociedad moderna de seres humanos y de máquinas está dando lugar al fenómeno que algunos sociólogos han bautizado con el nombre de : "Democratización de ocios".

*"El ocio va dejando de ser producto de la opulencia y privilegio de la burguesía para entrar y formar parte y contenido de las bases auténticas de la estructura de la democracia. La integración activa del hombre moderno u la cultura de masas, con la distribución racional de los tiempos libres y la organización de jornadas laborales, implican una creciente posibilidad de utilización del ocio, que constituye una de las bases más sólidas para la elevación cultural y política".<sup>2</sup>*

Así también cita en su libro a Wilhelm Josef Revers en la página 25 donde explica que :

*"Este medio de comunicación supone una competencia para la diversión y esparcimiento como negocio y ofrece la posibilidad de orientación y encauzamiento de los tiempos libres".<sup>3</sup>*

Y en la tercera, a medida en que se va desarrollando la cultura surge la necesidad de que se conserve y se amplíe ; y para ello, se crean las instituciones culturales que tienen la finalidad de educar a la sociedad, y la televisión no es la excepción. La transmisión de pensamientos, valores, arte, creencias, ideologías, etc ; es la finalidad de ésta función. Por lo que la televisión ayuda a difundir la cultura a nivel nacional y actualmente con el uso de satélites y red microondas podemos conocer la cultura de otros países.

Así cuando la finalidad de la televisión es (entre muchas otras) educar, la podemos incluir dentro de las instituciones culturales, pues la televisión llega en un momento histórico en que la educación se socializa y se hace extensiva, convirtiéndose en un instrumento para el sostenimiento del modo de producción. Queremos que la televisión sea utilizada en mayor medida en el área educativa para manejar niveles actuales ; ya que la era moderna, próximo siglo XXI, exige cambios en la enseñanza

---

<sup>2</sup> García Jesús. "Televisión Educación y Desarrollo de una Sociedad de Masas". Página 15.

<sup>3</sup> Ibidem. Página 25.

tradicional y que mejor que la televisión por cable incluya dentro de sus formas, formatos y contenidos éste giro.

Negrete Guerra en su libro "Televisión Educativa" en la página 10 cita a "la función extensiva". Esto es cuando la televisión sirve de vehículo de extensión cultural ; que si nos preguntamos el por qué, es debido a que la televisión recurre a 2 de nuestros sentidos sensoriales : la vista y la audición, razón por la cual resultó punto de atracción para que la educación fuese promovida por éste medio.

La acción, el sonido y la imagen influirán en el televidente para rescatar y mantener el interés en el suscriptor. Algunos estudios realizados en los Estados Unidos sobre las posibilidades de utilización de los medios audiovisuales en el proceso de aprendizaje arrojaron los siguientes datos :

*APRENDEMOS*

<i>por la vista</i>	83 %
<i>por el oído</i>	11 %
<i>por el olfato</i>	3.5 %
<i>por el tacto</i>	1.5 %
<i>por el gusto</i>	1 % <sup>4</sup>

*RECORDAMOS*

<i>de lo que vemos</i>	30 %
<i>de lo que escuchamos</i>	20 %
<i>de lo que leemos</i>	10 %

Como se puede observar en los datos anteriores, la vista y el oído son los sentidos que más colaboran en el proceso de enseñanza -aprendizaje, y son precisamente a éstos a los que nos estamos dirigiendo mediante una certera combinación de ambos.

Como tercer y último punto importante para la producción final de un programa es necesario tomar en cuenta la evaluación del mismo que se divide en : antes de la transmisión y después de la transmisión. Dentro de cada una se plantean una serie de métodos de valoración que deben ser tomados en cuenta por personas especializadas para cualquier programa transmitido por el canal. A continuación se explican los métodos de evaluación propuestos para cada subfase mencionada con anterioridad.

---

<sup>4</sup> Rigg Robinson P. "Sistemas y Métodos Audiovisuales". Página 39.

### ANTES DE LA TRANSMISIÓN :

1. Evaluación del contenido manifiesto (que sería la descripción del contenido). Las técnicas de evaluación : fichas de valorización en cuanto a televisión.
2. Evaluación del contenido semiológico (que sería la significación del contenido). Las técnicas de evaluación : fichas de valoración en cuanto a sentido y calidad didáctica.
3. Evaluación de públicos (que sería el representante experimental por medio de un público piloto). Las técnicas de evaluación : encuestas (abiertas y/o cerradas ; exploratorias y/o cualitativas : grupales y/o individuales ; o bien, entrevistas manejando los mismos criterios que en la encuesta.

En las tres los evaluadores serán el equipo de realización - producción y los grupos de evaluación de comunicación.

### DESPUÉS DE LA TRANSMISIÓN :

1. La evaluación de públicos. (que con ésto se debe producir con base en la encuesta). Las técnicas de evaluación : encuestas, entrevistas y observación. Las dos primeras, manejando los mismos criterios que antes de la transmisión. Y la segunda, durante la transmisión para valorar los resultados. Los evaluadores sería el grupo de evaluación en comunicación.

A continuación se presenta un tipo de ficha de valoración que se ha intentado adecuar a las características específicas de nuestros programas propuestos en el siguiente capítulo :

- Motivación : a) estimulante b) monótona c) inexpresiva.  
Contenido : a) bien dosificado b) demasiado c) gradual d) inexistente e) desconexo.  
Vocabulario : a) muy difícil b) adecuado c) muy fácil.  
Ritmo : a) demasiado rápido b) normal c) demasiado lento.  
Actuación del conductor : a) seguro b) inseguro c) convincente d) inexpresivo.  
Actuación de los participantes : a) buena b) regular c) fija.  
Duración del programa : a) muy larga b) adecuada c) muy corta.  
Recursos visuales : a) legibles, ilegibles b) demasiados. Suficientes. Insuficientes c) nítidos. Sin nitidez  
d) adecuados. Inadecuados e) bien manejados. Mal manejados  
Duración del programa : a) muy larga b) adecuada c) muy corta  
Impresión general del programa : a) óptima b) buena c) regular d) floja e) pésima

Y por último unas cuantas líneas para que el encuestado exprese toda aquella sugerencia o comentario que tenga sobre los mismos.

Dentro de la producción final para la programación televisada deberán checar una serie de puntos con objetivos específicos a cubrir, para la transmisión televisada a cada uno de los programas a proponer, que a final de cuentas, al ser cubiertos estos puntos se le está dando el propio estilo a los mismos.

Para checar la calidad en cuanto a televisión (calidad técnica) habrá que revisar la nitidez (foco) ; contraste (claro - oscuro) ; contraste de sobras (distribución de luz) , apariencia natural (graduación de grises) ; legibilidad (tipos impresos) ; distorsiones tanto horizontales como verticales y la presencia de la imagen en la cámara.

Para la calidad de producción se revisará la intensidad ; distribución y la altura adecuada de las luces ; los movimientos suaves de cámara ; encuadres ; número de elementos visuales "a cuadro" ; títulos y créditos tanto en su impacto como en legibilidad ; calidad de producción y nivel del sonido, así como el uso del ritmo y el tiempo que presenten ; cortes realizados durante la transmisión y la atención captada por el espectador que será determinada muchas veces por el conductor del programa.

Para evaluar la apariencia "a cuadro" de nuestros conductores o comúnmente llamados (no se por qué) "talentos", éstos deben cumplir con una serie de cualidades para dar mayor presencia al programa, porque lo que será expuesto a la vista del espectador.

Un conductor debe ser agradable, y sino, de menos no molesto o incómodo a la pupila del espectador. Tendrá apariencia adecuada al tema a tratar ; dominio del ambiente en el estudio ; gesticulación y movimientos del cuerpo adecuados ; vestuario conveniente según el programa ; la dirección de la mirada, el ritmo y la claridad de la palabra deben tornarse a un calor, sinceridad y entusiasmo del conductor ; debe tener sino un dominio absoluto de la materia, si tablas suficientes para mantener el tema bajo control y de ninguna manera parecer un inexperto e ignorante.

Uno de los aspectos destacados de nuestro conductor es que tenga una capacidad de persuasión tal que sea capaz de proyectarla, y que al mismo tiempo, sea motivo principal de credibilidad en nuestro público espectador al aceptar y adoptar nuestros contenidos propuestos para la programación en la aplicación de su vida cotidiana.

Para el manejo y conservación de nuestros contenidos no se pasará por alto la estructura fundamental del programa, una presentación lógica del material bien

organizado, así como secuencia lógica de fácil percepción a un espectador contemporáneo suígeneris.

La calidad psicológica adentrada en los contenidos desde la presentación con alto índice motivacional hasta el fin con un nivel satisfactorio para los freseros que tendrá un clima (ambiente) adecuado de los programas para que sea base de la producción final en donde se utilice el posible humorismo ; comentarios espontáneos ; anécdota usadas a propósito ; prestando atención a las diferencias individuales y al estímulo a los cambios de comportamiento individual o grupal, y sobre todo dar un realce al auto concepto del fresero estimulando siempre su auto confianza.

En el contenido de los mismos, se reflejará la conservación de valores base de la educación irapatense y tener mucho cuidado con la discriminación de los mismos, pues somos de la idea de que se puede tener un cambio, pero con mucho tacto al realizar los contenidos de cada uno de nuestros programas, teniendo siempre presente las controversias que esto causará y que las decisiones tomadas tendrán sus consecuencias claramente definidas.

### **3.4 PRESENTACIÓN DE UN PROGRAMA DE LA PROPUESTA DE PROGRAMACION PARA EL CANAL 13 DE IRAPUATO.**

Después de haber delimitado operativamente los conceptos que se han manejado a lo largo de este trabajo y de realizar una investigación sobre el tema, queda claro que el canal 13 pretende tener pluralidad y diversidad programática teniendo como base una forma : *"la telerevista"*. Se cambiará el contenido a proyectar en cada uno de nuestros programas en una barra de lunes a viernes de las 7 :00 a las 22 :00 horas, y se distinguirá por realizar la mayoría de sus programas *"en vivo"* y *"a control remoto"*.

En este apartado trataremos de visualizar todo lo antes expuesto en el procedimiento de producción final de un programa médico familiar llamado "Vida y Salud", transmitido para toda la sociedad "fresera".

El guión se inicia con el contenido en donde un médico general con conocimiento en algunas especialidades, junto con el productor que haría las veces de asesor en la parte propiamente de televisión, realizarán juntos el contenido hasta convertirlo en guión técnico, y una vez realizado, el médico se convertiría en asesor en la parte académica.

Con ésta fórmula se han producido varios programas, gracias a que el equipo humano que participa en la producción documental se ha ido integrando paulatinamente. Desde luego esto no quiere decir que no hay problemas con la elaboración de contenidos, dado que la presión de realizar dos programas semanales es muy fuerte y que hay que adelantar los contenidos para que se pueda contar con una reserva de programas que nos permita realizarlos adecuadamente y con las normas de calidad que requieren antes de ser transmitidos : y si a ello le agregamos que "Vida y Salud" se realizará en vivo y en directo desde el estudio del canal 13, implicará un doble esfuerzo.

El conductor del programa representa la imagen con la que el público se identificará al programa y desde luego a la casa que lo produce. Debe contar con características muy especiales tales como ser un profesional en su ramo, con conocimientos generales en las diferentes especialidades, lo que originará conducirlo

adecuadamente, motivando a la participación de los invitados de acuerdo al desarrollo del mismo.

Recordemos que el público se siente muchas veces temeroso de hacer alguna pregunta incluso vía telefónica y prefieren seguir en el anonimato por vergüenza u otros motivos que crea la idiosincrasia provinciana. Para ello, es necesario que nuestro conductor realice comentarios para ir ganándose la confianza de su público como: "no se preocupe señora, no es usted la primera ni la única en el mundo en tener este problema de tipo ....", " Señor Altamirano, yo también tuve ese problema..." , " Por favor señora, no tiene que estar preocupada, eso es común cuando ..." , " Señor, esa infección es normal, yo la tuve cuando ...".

Generalmente cuando el conductor no se siente preparado en el tema a tratar, investiga y estudia, incluso para estar preparado para preguntas vía telefónica que no se tengan contempladas y así no dar una imagen negativa al suscriptor ; también se mantiene informado de los últimos avances y acontecimientos relacionado a la salud y el mundo de la medicina ; y lo más importante, es que participa en la planeación del documental que basa principalmente el desarrollo del programa..

También selecciona y ordena las preguntas que hace el público por teléfono, ya sea directamente o a través de los invitados que a su juicio sea el más adecuado, independientemente de que él mismo emita una opinión o haga alguna aclaración. Puede ser que hagan preguntas fuera del tema, pero se dirá al aire el día del programa que lo tratará y se agradecerá por el interés y colaboración para ello.

Los invitados son expertos en el tema, en su ámbito profesional y tienen experiencia, pues son los que siempre están involucrados con la atención de pacientes y que en última instancia conocen o saben la respuesta correcta a las preguntas que hace el público por medio de líneas telefónicas abiertas.

Cabe señalar que nuestro programa se reforzará con algunas conferencias realizadas en algún auditorio importante de Irapuato para dar pláticas, conferencias, simposiums, etc : para mejorar la imagen corporativa del canal e interactuar con el público "fresero". Normalmente serán de 2 a 3 invitados por programa, la razón por la cual se decidió este número de invitados es por el tiempo de duración del mismo que

será de una hora al aire(60 minutos), y también teniendo en cuenta que alguno fuera a faltar.

La labor no es fácil ya que el locutor o narrador se enfrenta a una terminología muy especializada por lo que el director del programa hace un trabajo conjunto con él indicándole cuando es necesario enfatizar o suavizar alguna frase o término ; así como la correcta pronunciación de un léxico técnico, todo ello con el objeto de que tenga una adecuada narración el programa.

Uno de los formatos utilizados para la producción del documental es la entrevista, por lo que el entrevistador (médico conductor) debe asumir una actitud que previamente fue planeada para lograr el objetivo del programa y motivar la participación de los invitados a determinado padecimiento, obtener una muestra de los que el sector (específico) de la población piensa al respecto, de un problema en especial o de lo que le gustaría saber acerca de él ; de tal manera que el entrevistador sea el vehículo por el cuál el público "fresero" pregunte.

Es conveniente aclarar que las entrevistas sólo son utilizadas cuando el formato de un programa, ya sea en forma de entrevista o como paciente, siempre es seleccionado de tal manera que sea representativo de todos los niveles sociales, ya que consideramos que las enfermedades no son privativas de ningún estrato social. Estos criterios son aplicados para todos los entrevistados, que de acuerdo al formato del programa pueden ser pacientes, doctores o público en general.

Existen diversas formas de estructurar un programa ; cada forma obedece por supuesto a una razón. El punto de partida para la producción es determinar el objetivo que queremos alcanzar. Al hablar de la forma nos referimos al cómo vamos a alcanzar el objetivo.

En este formato se realiza la grabación de un panel en el que el conductor y los especialistas en el tema exponen aquellos aspectos principales del padecimiento o del problema médico. El conductor es el encargado de dirigir las preguntas y respuestas hacia un aspecto del tema tratado (que previamente fue seleccionado en la junta de producción), en este formato existen las preguntas hechas por el público, ya que el programa es en vivo y puede llamar con el fin de que formulen preguntas cuyas respuestas aclaren dudas al respecto a la enfermedad tratada.

Durante la grabación del panel se insertan imágenes especiales para ilustrar las respuestas de los médicos en donde los especialistas aparecen a cuadro realizando acciones propias del tema, a fin de dar mayor credibilidad al público en cuanto a lo que ve y oye. Estas secuencias son insertadas solamente en el video, el audio original del panel se respeta. Este tipo de formato hace que el programa se haga más ágil, logrando que el interés del público no decaiga en ningún momento.

El formato de entrevista es utilizado cuando se trata de poner en evidencia el conocimiento o desconocimiento del irapatense con respecto al tema tratado. Este tren de videos con entrevistas, opiniones, encuestas, etc, dará pie al inicio del programa. Estas entrevistas son seleccionadas para que motiven por un lado a los invitados a hacer énfasis en el desconocimiento y reforzar la información con el fin de que se incremente una verdadera educación para la salud y se oriente la información hacia otro aspecto de la enfermedad.

La idea central de este formato es que el televidente se identifique con el público entrevistado y ponga mayor interés en el desarrollo del programa, y cuando ésto ocurre, el público tiene la opción de llamar por teléfono para que se le sean aclaradas las dudas. Cuando por razones de tiempo no se terminan de contestar las preguntas hechas vía telefónica, el conductor menciona el nombre o apellido de las personas agradeciéndoles su llamada y en la segunda parte (siguiente programa) se contestará la pregunta.

Habrá que recordarle al conductor, al médico o al invitado que no utilice tecnicismos y hable en un lenguaje coloquial, siempre buscando dar información fiel acerca del problema de salud tratado. Por último es importante invitar a los freseros a que propongan temas, enfermedades o soluciones a tratar para el programa "Vida y Salud".

**CAPITULO 4**

**"PROPUESTA DE PROGRAMACIÓN PARA EL  
CANAL 13 DE IRAPUATO"**

#### **4.1 PRESENTACIÓN DE LA PROPUESTA DE PROGRAMACION DEL CANAL 13 DE TELEVISIÓN POR CABLE EN IRAPUATO, GUANAJUATO.**

Desde siempre en todas las cadenas de televisión se le ha considerado a la programación como un arte, puesto que se tiene que realizar de una manera tal, que se mantenga vivo el interés del espectador.

*"La programación de una cadena de televisión corresponde a la construcción de su "oferta", es decir, al marco de su vinculación con los telespectadores".<sup>1</sup>*

El laborioso momento de programar se ha convertido en toda una disciplina, pues en las grandes emisoras la programación ha alcanzado un grado de sofisticación muy avanzado. Aparte los especialistas en el emparillado de una emisora, los redactores de las revistas de guía de televisión, son también los que conocen realmente la barra de programación de una emisora y lo que ello implica.

En la mayoría de los casos, el televidente sólo ve "programas" aislados sin preguntarse muchas veces, por qué tal o cuál programa y por qué a ese horario y con qué periodo de tiempo al aire : pero lejos de saber la realidad de las cosas, los objetivos distan mucho de la simpleza que aparenta. Los objetivos de un programador se limitan a una sola actividad : intentar acercarse al mayor número de telespectadores posible consiguiendo un raiting tal, que permanezca dentro de los primeros lugares por su popularidad dentro de la emisora en el emparillado que manifiesta.

Para atraer a un número considerable de audiencia (telespectadores), una emisora (cualquiera que ésta sea) deberá incluir dentro de su barra programas originales y llenos de creatividad que sean atractivos y causen expectación logrando así colocarse dentro de la preferencia del público. El papel que desempeña un programador es demasiado cambiante, pues aveces puede parecer fácil y muchas otras lo más complicado que uno se pueda imaginar, pues es cambiante conforme a la competencia que se presenta por parte de otras emisoras o por el capricho del mismo espectador e implícito lo que tiene origen en los programas por mera necesidad.

Después de hacer mención de lo que implica y resulta realizar una programación para cualquier cadena de televisión, describiremos cada una de las propuestas que daremos a conocer más adelante para el canal 13, "La señal que nace en Irapuato", creado por la empresa de televisión por cable Telecable del Centro, S.A de C.V. En la programación actual del mismo tenemos sólo 5 programas al aire que son :

1. Entorno. Nuestra Historia Hoy : noticiero local de 7 a 8 p.m. y su repetición al día siguiente a las 8 :00 horas.
2. Depor cable: comentarios sobre el mundo del deporte. Lunes de 8 a 9 p.m.
3. En Línea Directa : Miércoles de 8 a 9 p.m. Denuncia, Crítica, Opinión.
4. 60 Minutos con el Médico :Jueves de 8 a 9 p.m. Programa médico.
5. Escape : Viernes de 8 a 9 p.m. Temas varios para la juventud irapuatense.

Lo anterior indica que sobran más de 150 horas al aire y ese es el principal motivo para la creación de una propuesta dentro de la barra programática del canal 13 de Irapuato ; por ello, a continuación se detalla el procedimiento del mismo así como la descripción de lo que pretende nuestro canal.

La barra no iniciará de ninguna manera con tomas de la ciudad, pues evocaría a una "típica emisora de provincia" (nos remitiría a una imagen con mal sonido y recepción) ; el nuestro dará inicio con la magia que nos puede proporcionar nuestro master de producción, con proliferación de cortes directos por segundo para dar efecto de agilidad y dinamismo.

Se preparará una campaña publicitaria para dar a conocer al irapuatense que pronto disfrutará de una programación hecha especialmente para él. Se manejará el concepto que a través de ella, nuestro canal se vuelve una realidad de ideas ; conocimientos ; estímulos ; deseos y obviamente ello alimentará nuevas necesidades.

Cada canal que se exponga más adelante será el motivo de la existencia del Canal 13 con los slogans y promos que se manejen en cada uno de nuestros programas, por ejemplo : "*porque te gusta estar al día...*" ; "*porque queremos compartir contigo*

---

<sup>1</sup> A. Le. Dieberdery N. Coste-Cerdan. "Romper las Cadenas". Página 55.

*experiencias y emociones..."; "porque nos interesa escuchar tu opinión..."; "porque es importante mejorar día a día..."; "porque eres creativo y muy imaginativo..."; "porque tienes mucho que decir y hacer..."; "porque tienes mucho que anunciar..."; "porque el cine es eso y más..."; "porque es un programa sólo para chicos..."; "porque no eres una persona conformista..."; "porque nuestra vida es lo esencial..."; "porque anhelas vivir mejor..."; "porque ser mujer es un privilegio...".*

Estos son algunos de los ejemplos que podemos poner de muchos que tenemos a continuación en el desarrollo de cada uno de los programas que proponemos en la parrilla de programación del canal 13 de televisión por cable.

Se manejará también la idea de que: *"Es un canal muy fresca"; "Porque los colores se pintan muy frescas"*, etc; o igual un comercial en donde se vea una ambulancia recorriendo rápidamente la ciudad con el ruido de la sirena y en voz en off: *"Porque para nosotros es una emergencia divertirlo..."*, entre otros. Ejemplos así podemos llevarlos a la ejecución para su pronta identificación de los mismos con el teleauditorio fresero.

Sabemos de antemano que el programar o crear una parrilla es muy difícil, pero trataremos de dar nuestro mayor esfuerzo e imaginación para el mismo, a reserva de que éste sufra modificación alguna por parte de personas experimentadas en la materia, mismas que serán aceptadas para que nuestro trabajo actúe como una cosquillita que mueva e inquiete a toda aquella persona que tenga oportunidad de leerla algún día. Nuestro esquema de barra programática quedará de la manera siguiente :

### **CABLENOTICIAS**

En estos tiempos el hombre necesita y exige estar bien informado de lo que le acontece en su localidad, en el país y el mundo. Esto es a colación de la vida tan acelerada y difícil que llevamos. El ritmo de vida actual y la forma de satisfacer esa necesidad de informar al público receptor la cumple un noticiero de televisión que puede transmitir cualquier empresa televisora en el país.

Un noticiero debe adquirir la responsabilidad de mantener informado a su público de los acontecimientos que le suscitan en su medio y en el resto del mundo. Noticia es un suceso o acontecimiento que por su importancia merece ser dado a conocer al público. Davi Dary la define como : *"Cualquier relato imparcial y digno de confianza de un acontecimiento que contiene información oportuna y desconocida hasta ese momento, información que afecta la vida, bienestar, futuro o interés de los lectores, radioescuchas o telespectadores a quienes les llega el relato"*.

Existen diversos tipos de noticias : políticas, científicas, financieras, artísticas, sociales, policiacas, deportivas, religiosas, catastróficas, etc ; así como notas editoriales o de análisis. Esos acontecimientos si son nacionales se generan (por mencionar algunos) en : Secretarías de Estado, Embajadas, Oficinas de Gobierno, Organizaciones Públicas o Privadas, Organizaciones Deportivas, Sociales, Artísticas, Religiosas, etc ; y las que tienen origen extranjero o conocidas como internacionales se reciben a través de agencias internacionales, los ya famosos "corresponsales" o enviados especiales. A todas esas dependencias y personas que participan en ello se les conoce como Fuentes de Información.

Cuando en una fuente de información se va a generar un suceso importante : ya sea conferencia de prensa, declaraciones de algún funcionario público, una visita oficial o ceremonia trascendental, la oficina de prensa o el ya famoso "Departamento de Comunicación Social" envía un boletín de prensa dando a conocer al reportero de televisión y a su medio informativo, el suceso o acontecimiento que se llevará a cabo, mismos que están considerados como Información Oficial.

En todos los medios informativos así como en los noticieros de televisión, hay un jefe de información que distribuye a los reporteros el trabajo a desempeñar y desarrollar (tal como se hace en Canal 13 de Irapuato). Una vez recibido el boletín, se anota en la agenda de trabajo, misma que sirve como bitácora periodística, y la imagen se almacenará en la videoteca de Canal 13, ésto para futuras consultas.

Nuestro reportero de tvc para nuestro programa que le dejaremos el nombre de "Cablenoticias" deberá reunir características esenciales tales como : cultura general y conocimiento de la temática de las notas que tiene que cubrir. Todo reportero se inicia

cubriendo simples y sencillas notas de información general, es allí donde va adquiriendo experiencia, pues tiene que cubrir temas de política, economía, sociales, etc : además de conocimientos básicos de las leyes e historia del país, geografía, nombres de Organizaciones Públicas y Privadas y su función, así como Secretarías de Estado y sus titulares. En fin, un sin número de acontecimientos indispensables que se resumirán en eso... "cultura general".

Se menciona a lo largo de la carrera de Comunicación y Periodismo : *"Para que la información de un reportero de televisión sea completa, debe dar respuesta a las preguntas básicas : qué, quién, cómo, cuándo, dónde y por qué"* ; redactado con el estilo propio de cada reportero que va desarrollando y enriqueciendo con el tiempo, pues esto ayuda a destacar en el medio, pues la forma de escribir, narrar o enfatizar una nota por televisión, son un factor muy importante para que el público confíe en la veracidad de las mismas.

En un noticiero de televisión, todos los elementos que lo integran son factores importantes y complementarios para que la realización sea de óptimas condiciones. Estos elementos van desde el director del noticiero hasta la persona encargada de sacar copias del guión, pasando por los diferentes departamentos que conforman la producción de un programa. Claro que cae toda la responsabilidad de lo que diga en el noticiero el jefe de redacción.

Los redactores de noticias para televisión tienen como función principal la de sintetizar las notas que serán integradas al noticiero, tomando en cuenta el tiempo determinado por el jefe de redacción y considerando la velocidad de lectura de quien las comenta al aire. De modo que un redactor para televisión no es sólo un mecanógrafo que transcribe la noticia del boletín, sino un analista que extrae y redacta sin perder la esencia de la información junto, reforzando la imagen tanto del noticiero como del canal de tv en la ciudad de Irapuato.

El objetivo de nuestro noticiero va paralelo a la imagen que se pretende dar del canal, que será una proyección : realista, honesta, formal, juvenil y amena. 5 adjetivos calificativos que se escriben fácil pero que son difíciles de llevar a cabo en la producción del canal.

Nuestra imagen realista porque trataremos de ver la información con respecto a nuestra propia realidad, no con manipulación de información para ello : formal y juvenil porque pese a que las personas que colaborarán en el Canal 13 son jóvenes, su trabajo y sus comentarios no dejarán de ser formales ante el noticiero mismo y ante los acontecimientos ocurridos y transmitidos ; y amena porque trataremos de ser optimistas y procurar no hacer el noticiero fastidioso ni mucho menos aburrido.

Se ha escogido el nombre de "Cablenoticias" porque es la unión de las palabras cable (que es la manera mediante el cual se le envía la señal al suscriptor y segunda palabra compuesta del nombre de la empresa Telecable del Centro) y la palabra noticias que es lo que se le va a transmitir al público suscriptor.

Estará dirigido al sector adulto a partir de los 18 años y/o para toda aquella persona que desee informarse de todo aquello que le circunda en su ciudad, estado o país. De igual manera, no necesita tener un status social determinado para recibir información en nuestro noticiero, el sexo y el nivel cultural estará abierto para que nosotros como empresa de televisión por cable y las personas como receptores de información conformen un real intercambio de opiniones, comentarios y cuestiones sobre lo enviado al aire.

De lunes a viernes en un horario de 7 a 8 a.m. para abrir la programación del canal 13 de Irapuato será el horario destinado al mismo, y los sábados será un resumen de lo acontecido en la localidad en el mismo horario. Los conductores son la imagen del programa (pese a la demás gente que colabora y al jefe de redacción que es el responsable de lo que se dice y cómo se dice) : ya que nuestros suscriptores de tvc los identificarán como los totales autores del noticiero que comentan. A consecuencia de ello, los conductores serán de ambos sexos, para tener dos imágenes, y desde ese punto de vista, llevar a cabo el noticiero con diferentes comentarios sobre el hecho.

Lo ideal será que los conductores tengan antecedentes periodísticos, ya que esto les permitirá comentar las noticias y no sólo leerlas. Deberán tener una excelente dicción y una personalidad tal que logren asumir la responsabilidad de líderes de opinión representado a una emisora de tvc y al noticiero de la misma. Es también importante destacar que requieren de licencia de locutor comercial, que es otorgada por la Secretaría de Educación Audiovisual de la Universidad Pedagógica de la S.E.P. Todo

esto será el resultado final para lograr lo más importante que será la credibilidad de los mismos ante nuestro noticiero.

El problema más discutido de la información que se genera es precisamente "la objetividad". Aunque pocos noticieros de tvc logran este punto, se considera objetivo cuando en el noticiero la información se encuentra separada del comentario, pues consideramos imposible el hecho de separarlo, pues genera una pluralidad de comentarios y opiniones para el noticiero, que es uno de los objetivos de esta tesis : lograr una pluralidad y diversidad en el canal.

Debido a la importancia de éste último, todas las informaciones engloban un concepto con características diferentes y que son determinadas muchas veces por el criterio o la política del conductor o de la empresa. A esto se le conoce en los noticieros de televisión y en algunos otros medios informativos del país como política de la empresa ; y es determinada por el proceso que se desarrolla desde la búsqueda hasta el momento de difusión y es un factor que influye en quien recibe la noticia, ya que llevará el enfoque que el medio informativo le imprime al seguir "la política de la empresa".

Pretendemos de igual manera, difundir los mensajes de interés público periódicamente para que el público irapuatense pueda formar su propio criterio de los acontecimientos del momento y de esta forma lograr la existencia de la opinión pública, para que a la vez, la misma de pie a nuevas informaciones y se amplíe, se corrija, se modifique, entre otras cosas, las informaciones en las que se vuelve participe el fresero que las recibe. El noticiero pretende así, lograr un intercambio informativo y lograr pluralidad y diversidad de conceptos y opiniones en el mismo.

Los medios informativos llámese radio, televisión y prensa, deben tomar en cuenta la política de la empresa y las leyes bajo las cuales se encuentran sujetas, tales como la Ley de Imprenta y la Ley de Radio y Televisión para no ir en contra de lo ya establecido, así como las disposiciones legales y reglamentos. El noticiero se caracterizará por ser un programa "en vivo" en donde la vía telefónica estará abierta para el público suscriptor y realizar comentarios y expresar sus opiniones conforme a algún hecho suscitado en la ciudad y que sea de interés general.

No utilizaremos el formato de "telerevista", sino el formato "telenoticiero" en donde se hace uso de la nota informativa, del reportaje, crónica, comentario, entrevista,

etc. Será el único de nuestros programas a proponer con un guión completo a seguir, puesto que este formato así lo requiere. Se da información verídica y formal, ya que como lo exige el mismo formato lleva una secuencia de notas, imágenes, comentarios, comerciales, segmentos de entrevista, etc. Consideramos que con un formato como este no podemos ignorar a un guión, que como la misma palabra lo indica llevar una guía y secuencia entre nota y nota.

Los recursos icónicos, verbales y sonoros serán de gran importancia en nuestro noticiero, puesto que como lo hemos dicho con anterioridad: "una imagen dice más que mil palabras", y se pueden decir muchas cosas con una sola imagen, misma que apoyará a lo antes comentado por nuestro conductor. Los recursos verbales del "talento" se formarán tanto por el guión como de sus opiniones personales sobre el acontecimiento. Y por último, los recursos sonoros serán de gran apoyo para agregarle cierto toque muy particular al noticiero y de la imagen de la empresa.

La música será la canción Run Like Hell del grupo inglés Pink Floyd con una edición de la misma, de tal manera que dure 2 minutos aproximadamente; tiempo suficiente para ser utilizado a la entrada y salida del noticiero. No será utilizada entre corte y corte. La escenografía se basará en lo colonial y rústico para hacer alarde a nuestro estado. Atrás de los conductores habrán varias fachadas de típicas casitas de madera rústicas con sus respectivas puertas manejándose la herrería colonial churriguesca en las ventanas con farolitos alumbrando a éstas. Obviamente todo esto bajo un buen iluminado para darle efecto bueno ante cámaras.

En "Cablenoticias" se podrán anunciar cualquier persona que desea hacerse publicidad en el espacio que tiene destinado al aire, de allí, Telecable del Centro pretende sacar los costos y presupuestos y así sacar a flote los gastos del mismo. Primero tendrá las noticias nacionales, después las internacionales y al último las noticias locales con sus respectivos cortes comerciales de 6 a 7 por emisión.

Cada conductor hará su propia presentación al dar la primera nota que le corresponde conforme al guión. Se hará uso de tomas de los demás conductores al ir a comerciales. Es decir, pretendemos que la gente se olvide del formalismo de que termina la nota e inmediatamente a comerciales, sino realizar un paneo de todo el estudio; incluso imágenes de aquellos que laboran en el master de control.

Algunos de los slogans y comerciales que se manejarán para la presentación del noticiero serán :

- \* *"La verdad hecha noticia. Cablenoticias, de lunes a sábado de 7 a 8 de la mañana".*
- \* *"Cablenoticias, más de lo que usted esperaba en cuanto a información".*
- \* *"Cablenoticias, una opción real hecha noticiero. Acompañeme de lunes a sábado de 7 a 8 de la mañana. Aquí en canal 13. La señal que nace en Irapuato".*
- \* *"Cablenoticias, porque la información la compone nuestro noticiero. Aquí en canal 13. La señal que nace en Irapuato".*
- \* *"La realidad reflejada en nuestro noticiero. Cablenoticias, de lunes a sábado de 7 a 8 de la mañana. Aquí en canal 13. La señal que nace en Irapuato".*
- \* *"Cablenoticias, más información a tu vida".*
- \* *"Cablenoticias porque es más información a tu vida".*
- \* *"Cablenoticias porque es otro punto de vista en la información".*
- \* *"Porque necesitas estar informado, Cablenoticias de 7 a 8 de la mañana aquí en Canal 13".*

Sabemos que existen muchos noticieros a ésta hora, y máxime que es de nuestro conocimiento que competimos con noticieros internacionales por ser una empresa de tvc que abarca varias cadenas estadounidenses, pero como propuesta que es este trabajo, el mismo queda abierto para cualquier modificación y aportación de gente experimentada en el ámbito profesional. Pretendemos lograr una audiencia considerable aportando noticias de gran interés para la comunidad con sus propias notas locales para el mejoramiento de información fresera.

### **MUJER ACTUAL**

Desde siempre la palabra mujer y todo lo que ésta le circunda es novedad. A raíz de todo lo que defendían y la igualdad de exigían se le concedió el voto en el año 1956, y sus expectativas cambiaron y distaron mucho de las metas que se tenían trazadas en décadas pasadas.

Cualquier humano, en especial la mujer, ha sentido la gran necesidad de ser tomada en cuenta y ser participe de todo lo que le sucede a su alrededor. Aunque existen factores como el llamado "machismo" que de alguna manera no permiten la libertad de

la mujer ; nosotros consideramos que la misma mujer es la que no se permite su propia liberación y da pie a esa represión por manifestarse y expresarse como mejor se sienta. Y desde el punto de vista en que el hombre y la mujer son iguales mentalmente, más no físicamente, el sexo femenino ha querido destacar en su terreno como uno de los elementos necesarios y funcionales que mueva todo su entorno familiar, social y laboral.

El sexo femenino se enfrenta a los trabajos del hogar, no importa la edad la profesión o la habilidad. Los tiempos actuales han provocado un cambio en los papeles tradicionales. Las mujeres se desarrollan en distintas áreas, comparten responsabilidades en puestos destacados en los diferentes ámbitos profesionales, así como volverse excelentes administradoras caseras. El ritmo de la vida actual exige "hacer más en menos tiempo y sobre todo, hacerlo bien".

Así surge la necesidad de ahorrar energía y trabajo. Organizar una casa es tarea de nunca acabar, siempre hay algo que hacer. El sentimiento de culpa de "dejar algo a medias" en casa nos persigue todo el día. La mujer tiene que llevar a cabo varios papeles importantes en la vida : novia, esposa, educadora, ama de casa, profesional, etc ; que a diario lleva a cabo y que desea que éstos se desarrollen bien y a su máximo potencial. Es así como debe surgir un programa dedicado especialmente para la mujer, en donde se le informe, se le oriente y se le ayude en sus conflictos sociales, laborales y sobre todo familiares.

"Mujer Actual" será ese programa que reúna todo aquello que nuestro público receptor femenino necesita. Se ha seleccionado el nombre puesto que será información actual para la mujer que así le gusta ser y estar, actual. El objetivo de nuestro programa será orientar, divertir y entretener a la mujer irapuatense y que le ayude a sacar adelante su papel como mujer.

El programa esta dirigido a un sector de edades que fluctúan entre los 20 y 50 años, ya que están ávidas de información para que les facilite sus actividades. La decisión sobre el tiempo de emisión será de lunes a sábado de 10 a 12 a.m., puesto que a esa hora, es conveniente que mientras el ama de casa realiza sus labores domésticas pueda recibir información sobre todo aquello que realiza. Hacer algún tipo de actividad por la mañana como ejercicio, el llevar a los niños al colegio, preparar el desayuno, etc,

no toma más allá del horario que nosotros proponemos para que den inicios las transmisiones.

La elección del personal que llevará las riendas del mismo, serán 3 mujeres que abarquen el sector al cual pretendemos llegar. La primera conductora oscilará entre los 20 y los 30 años ; la segunda entre los 30 y los 40 y la última entre los 40 y 50 años. Esto con el fin de que se abarque 3 diferentes sectores de edad y con ello, opiniones, consejos e información que se proporcionan a diferente edad durante la vida de cualquier mujer mexicana.

Al programa le dará viveza el buen humor que se manejará y la alegría que transmitirán nuestras conductoras. El programa será en vivo desde el estudio del canal 13. Adoptará el formato de revista para transmitir a su público femenino fresco todo aquello que le facilite la vida a una mujer y todos sus quehaceres que la integran. Será sólo grabado y transmitido el día sábado, en el cual, saldrá un resumen de toda la semana con lo más importante y destacado de este programa para aquellas que entre semana se dediquen a sus actividades profesionales y no pueda ver el programa entre semana.

Presentaremos ejemplos, opiniones e informaciones basados en imágenes reales de la vida cotidiana. Se buscarán tomas de actividades que realice la mujer y con ella un comentario sobre el hecho, es decir, se enviarán personas especialmente dedicadas a captar imágenes. Por ejemplo, puede ser una toma en donde una pareja este discutiendo y aunque nosotros no tendremos el audio transparente haremos mención de ello y las actitudes que ambos toman. Podremos captar también a una mujer conduciendo un automóvil, las buenas acciones y las imprudencias que realizó mientras conducía por las calles de la ciudad.

Otra toma puede ser aquellos malabares que realiza una mujer cuando caminando por la calle carga bolsa, pañalera e hijos y ningún conductor se acomode a darle el paso en las calles : entre otras muchas más que podemos sacar a diario, mismas que irán acompañadas de música atractiva para el oído femenino y que los temas de las canciones hablen de la mujer misma.

La presentación del programa será con imágenes del propio programa haciendo gala del generador de caracteres del master del canal 13. Se distinguirá por un lenguaje

práctico para ser escuchado por todas y cada una de nuestras suscriptoras. La idea será transmitir lo práctico y fácil que resulta realizar tanta actividad. La música utilizada para la presentación y despedida del mismo será Where the streets have no name del grupo irlandés U2. Se distinguirá de los demás programas de la barra por tener varias escenografías y cambiarlas mes a mes, a diferencia de las demás que tendrán un cambio cada 6 o 7 meses. Habrá dinamismo que se verá reflejado hasta en su escenografía ; así que no podremos detallar una específica, pues podrán ser varios estilos de decorado para una sala amueblada, de cocina, etc ; a diferencia de nuestro resumen de los sábados que serán grabados en exteriores (locaciones) haciendo muestra de bellos lugares de la ciudad y/o del estado, donde se considera mandarlo desde allí a corte directo con lo visto en la semana.

Dado que proyectará energía y vitalidad, también será conducido desde la comodidad de un estudio repleto de cojines. En caso de ser posible, nuestras conductoras podrán llevar un vestuario cómodo como jeans con un saco que proyecte imagen casual y no necesariamente zapatillas y traje sastre, a lo cual la mujer de provincia le asocia el éxito, profesionalismo y dedicación a una mujer demasiado arreglada en cuanto a maquillaje y vestuario, lo cual pretenderemos desmentir.

Los temas que se abarcarán dentro de "Mujer Actual" serán todo lo referente a : la belleza, casa, cocina, vestimenta, jardinería, sexualidad, matrimonio, noviazgo, limpieza de los artículos y ropa, etc. Trataremos de diferenciar la mentalidad de hombre y la mujer apoyados de la idiosincrasia provinciana y tratar de buscarles soluciones. Al inicio del mismo, se dará un adelanto de lo que se verá ese día, con la finalidad de quien esté interesada, mantenga encendido su televisor, y quien no, pues ocupe su tiempo en las actividades que más desee. Si pretendemos ser prácticos, también le haremos saber a nuestra suscriptora de televisión por cable que su tiempo es oro.

Con este programa se pretende mejorar y aligerar la vida de la mujer fresera para su buen funcionamiento a nivel familiar, laboral y personal. Se verá todo tipo de publicidad, desde detergentes de trastes y ropa hasta productos de limpieza facial. Las casas de moda, tiendas de autoservicio, lavanderías, etc, también podrán hacerse

publicidad mediante este medio. Algunos de los comerciales, spots y slogans que se manejarán serán los siguientes :

- \* "Porque ser mujer es un privilegio. Mujer Actual, de lunes a sábado de 10 a 11 de la mañana. Aquí en La señal que nace en Irapuato".
- \* "Porque eres una mujer que vive al día. Porque deseas estar bien informada. Porque el ser actual es un requisito. Mujer Actual, aquí por el canal 13. De lunes a sábado de 10 a 11 de la mañana. La señal que nace en Irapuato".
- \* "Mujer Actual, porque la vida significa eso y más. De 10 a 11 de la mañana. Canal 13. La señal que nace en Irapuato".
- \* "Porque la vida significa ser mujer actual. Canal 13".
- \* "Porque el ser mujer no es tarea fácil. Ni difícil encender su televisor en punto de las 10 de la mañana. Mujer Actual, Canal 13".

En el horario de 8 a 9 de la mañana se manejará el Periodismo hecho para televisión con personas especializadas en la rama. Es decir, diario se abarcarán los géneros opinativos para el mismo. Los lunes se tratará "La entrevista". Los martes "El reportaje", cualquier tema será óptimo para realizar un buen programa por personas con extensa experiencia en el tema. Los miércoles "El documental", los jueves "El artículo de fondo", viernes "La columna", y sábados "Editorial". Todos ellos tratando problemáticas de índice social, político, cultural, deportivo, entre otros con diferentes personalidades dentro de ello.

## CONOCIENDO NUESTRO PAÍS

Está por demás dicho que nuestro país es una verdadera riqueza en todos los aspectos, pues tiene joyas reales en el aspecto ecológico, gastronómico, arquitectónico, cultural, etc ; pero aunque está más que dicho, no es muy sabido. Realmente lo que nos hace falta a nosotros los mexicanos es conocer la belleza de nuestro país.

Es por eso que mediante un programa podemos dar a conocer un poco más a nuestros suscriptores de televisión por cable en Irapuato, lo bello e interesante que es México. Al crear un programa de este tipo, será una opción más de conocimiento y cultura para el fresero, pues tendrá como alternativa ver los documentales que se presentarán en las determinadas ciudades que conforman nuestro territorio.

El objetivo de nuestro programa es precisamente "conocer" más acerca de México, es por eso, que el nombre que le daremos será "Conociendo Nuestro País". Nombre que le va perfectamente a lo que se pretende y se persigue. El mismo, va dirigido al fresero que se muestre interesado en el tema. Puede servir para los niños de primaria y secundaria ; así como a los jóvenes que cursan alguna carrera relacionada con el turismo ; o simple y sencillamente a las personas que desean conocer más sobre nuestro México.

La decisión sobre el tiempo de emisión será en un principio de 12 a 1 p.m. Sabemos que este horario no es muy adecuado para transmitir este tipo de emisiones, pero será sólo un horario a priori y según la demanda y el rating que tenga, pues en este horario, los niños y los señores se encuentran en sus labores escolares y laborales. Entonces las únicas personas disponibles serían las amas de casa. Este siendo un horario muy difícil, se puede colocar en un principio, a reserva de que según la demanda y éxito alcanzados, se cambiará a otro horario ; aunque incluso, puede generarse una repetición para un horario nocturno. Esto después de ver los resultados.

Aquí podrán ser 2 conductores, sin importar el sexo. Pueden ser 2 del sexo masculino o femenino o quizá uno y uno. Lo único que pretendemos es que no sea una voz estática y "adormiladona", sino comentarios frescos y vivos llenos de franqueza y espontaneidad.

No serán con un guión específico. No como aquellos tipo documental de R.T.C con la voz de "La Hora Nacional". ¡ NO !. Se transmitirán tomas y escenas que hagan gala de la belleza del lugar y de lo atractivo que puede resultar una visita a ese sitio. Agregando esa imagen con música del lugar y predominarán los comentarios en voz en off de nuestros conductores.

Es de total acuerdo que no se tendrá un guión, los conductores no se turnarán para leer un párrafo cada quien. Por el contrario, ellos tendrán la total y absoluta libertad de hacer comentarios espontáneos del lugar basados en datos que tengamos de la localidad. Es decir, que si la ciudad de la cual hablaremos toda la semana es Querétaro, no utilizaremos palabras como si se estuviera redactando. Para ser más específicos, se "platicará" la información.

Por ejemplo, no se escuchará a nuestros conductores decir : "Ubicada a tan sólo 220 kms. de la ciudad de México. Querétaro es la opción para cambiar no sólo de aires sino de mundo...". No. Nosotros platicaremos que está cerca de la ciudad. Quizá el otro conductor le pregunte : "Oye, ¿Y cómo a cuánto tiempo está de Irapuato ?" Y quizá su compañero le responda : "Bueno, como a hora y media porque son como 200 kms. aunque en carro se hace menos porque...".

No tendremos que recurrir a muchos adjetivos calificativos ni a descripciones del lugar, pues no necesitamos que nuestro teleauditorio se lo imagine, pues lo está viendo en su propio televisor.

El diálogo entre nuestros conductores apoyará las imágenes que nuestro camarógrafo haya realizado en aquel lugar. Por ejemplo, si en nuestra imagen aparecen unos muchachos divirtiéndose, los conductores pueden hacer hincapié en que aparte de que hay gente muy joven disfrutando el lugar, es una muy buena oportunidad de hacer amigos o pasársela increíble un fin de semana con la pareja en aquel bello lugar.

Como nuestro programa durará de lunes a sábado, se tienen 5 días muy buenos para hablar de los pueblitos y ciudades cercanas a la ciudad principal. Por ejemplo : se puede hablar en esa semana de 2 ciudades atractivas de Querétaro como lo son Tequisquiapan y San Juan del Río.

Los conductores platicarán que hay muchos "restaurancitos" o "fonditas" en donde comer rico y económico. Podrán comentar también que se pueden encontrar artículos muy "padres" en cestería, madera o barro ; que incluso se puede montar a caballo o nadar en aguas termales y medicinales. De la misma manera, con el recurso del lenguaje utilizado para el programa, podremos llamar a Tequisquiapan sólo como "Tequis" sin recurrir a la palabra completa. Esto con el fin de crear vínculo estrecho con respecto a la expresividad verbal del conductor con el televidente fresero.

Precios de hoteles, balnearios, museos, etc. se darán a conocer en la emisión con el fin de que el público tome consideración de ello ; tenga las distintas opciones y tome la que más le agrade y convenga. "Conociendo Nuestro País" no puede utilizar el formato de revista, pues éste se presta más para el género de reportaje o documental. Será transmitido en vivo desde el estudio del canal 13, de Irapuato con las imágenes listas y editadas para ser transmitido al aire.

Varios temas mexicanos servirán para dar inicio y fin a nuestro programa, se pretende que sea música mexicana que identifique al programa.

Nuestra escenografía de fondo estará basada en un collage hecho de madera y unicel ; en donde, se plasmen distintas arquitecturas y paisajes representativos de México. Es decir, puede estar plasmada La Pirámide del Sol y de La Luna ; El Observatorio de Chechenitzá junto con unas palmeras, sol, playa a un lado de la Cabeza Tolteca. De lado izquierdo, Las Cascadas de Iguazul, teniendo a un costado al famoso Cerro de la Silla ; Los volcanes Ixtlaxihuatl y el Popocatepetl ; y el mar azul aturquesado de Cancún, por mencionar algunos.

La escenografía que se utilizará en el programa, podría ser un sillón blanco aterciopelado con una mesa circular de centro con un jarrón de latón con alcatraces artificiales blancos de papel china dentro. Escenario que servirá para mandar las imágenes al aire en cada emisión.

El suscriptor fresero también podrá sugerir lugares mediante sus cartas, llamadas telefónicas o enviar faxes a nuestro canal. Comentarán los lugares más visitados del Estado o del país entero, y todos aquellos que resulten atractivos no sólo para el turismo extranjero sino también nacional. Así como de sus comidas típicas de cada lugar, sus costumbres, etc. Y un buen momento para proyectar tal o cual ciudad será cuando esté

La Feria de la ciudad en su apogeo ; en donde tendremos más imágenes de apoyo y mas material que exponer a nuestro teleauditorio.

El cálculo de presupuestos para el programa dependerá de la publicidad manejada y empleada durante los 60 minutos al aire. Cualquier empresa o compañía puede anunciarse dentro de este horario, y en función de ello, saldrá el cálculo de costos para realizar los programas. Algunos de los spots y slogans que se manejarán son :

- \* "Ven y conoce nuestro México. De lunes a sábado de 12 a 1 de la tarde. Canal 13, La señal que nace en Irapuato".
- \* "Comparte con nosotros 60 minutos y acompáñanos a conocer México. Todos los días de 12 a 1 de la tarde. Aquí en Canal 13".
- \* "Recorre con nosotros nuestro México todos los días en punto de las 12 del día. Aquí en canal 13, Telecable del Centro".
- \* "Porque a nuestro país aún no lo conocemos....Canal 13. La señal que nace en Irapuato".
- \* "Porque nuestro país es bello...Conociendo Nuestro País. Todos los días en punto del mediodía. Canal 13, La señal que nace en Irapuato".
- \* "Porque deseas conocer México. Acompáñanos toda la semana en punto de las 12 del día. Aquí en canal 13".
- \* "Porque nuestro México es aún más...Conociendo Nuestro País. Aquí por canal 13 en punto del mediodía".

Conociendo Nuestro País pretende dar una alternativa de conocimiento sin estar físicamente en el lugar y conociendo aún más sobre el mismo, siempre incrementando nuestra cultura por medio de un programa que abra las puertas al mundo de la geografía en este país tan bello como lo es nuestro México.

## **NUESTRO ESPACIO**

Es importante hacerle sentir al irapuatense que dentro de una barra de programación hecha para su diversión, esparcimiento y entretenimiento, existe un espacio exclusivamente para él ; donde precisamente, él sea el punto de atracción ; donde sienta que ese espacio sea solamente suyo y pueda disponer de él ; donde pueda emplear su creatividad, su imaginación y su interés por proyectar y promover algo beneficioso y productivo para los demás suscriptores freseros, que de igual manera esperan algo más de Telecable del Centro. Un espacio donde pueda dar a conocer sus aptitudes histriónicas o artísticas para el interés del suscriptor irapuatense.

Es por ello, la necesidad de dedicarle aunque sea 4 horas de las 105 que tiene Telecable del Centro al aire en su pantalla programática, para que haga gala y muestre todo aquello que sabe hacer y pueda resultar interesante para quien lo ve.

Estando implícito el objetivo de nuestro programa, este espacio queda abierto para todo aquel que desee participar. Puede abarcar la edad que va desde los 6 años hasta aquel ancianito que aún sabe disfrutar de la vida y que realiza algún tipo de actividad con el entusiasmo y vitalidad de un adolescente como el saber bailar un buen tango o danzón.

El programa se llamará "Nuestro Espacio", pues es el tiempo creado y dedicado sólo para los irapuatenses. Con imaginación y dedicación del mismo fresero. Con ésto se logra una identificación del público hacia el mismo público. Sus transmisiones serán todos los lunes, miércoles y viernes ; sin olvidar los 60 minutos del día sábado que se encuentran dentro de la emisión.

Los lunes serán 60 minutos dedicados a todo aquel que desee anunciar la venta, la compra o la búsqueda de algo o de alguien. Es decir, que mediante el uso del titular de la cabina de producción ; las imágenes del objeto que se compra, vende o busca : la propia voz del dueño, del comprador o incluso del propio suscriptor de televisión por cable, será transmitido en este espacio. No se utilizará a un locutor en especial para ello, con el fin de que la forma de presentación de la cápsula sea idea original del anunciante.

Igual será para quien desea comprar algo o intercambiar artículos, libros, etc. Dentro de ese espacio se podrá buscar a personas que hagan determinados trabajos como : cocineras, costureras, plomeros, alfarería, personas que se dediquen a eventos

especiales, personas de limpieza, incluso también se puede buscar mediante el programa a maestros de clases particulares ya sea de natación, inglés o regularización de materias ; en fin, buscar a las personas a cosas que se necesiten.

Durante este tiempo al aire bajo el subtítulo de "Lunes Oportuno" se transmitirá lo antes mencionado con apoyo del sketch. Es decir que si se solicita a una niñera, puede aparecer una muchacha cuidando bebés y las complicaciones que se le presenta al momento de realizar su trabajo. Claro que quedará a opción del solicitante : en que transmita un sketch cómico o cápsula : sólo imágenes con su voz grabada ; o incluso únicamente las letras del master con la música de fondo que elija el cliente.

Otro ejemplo puede ser que si alguien está buscando un perro guardián aparezca con un letrero y haga su propio comercial con mantas, cartulinas o papeles que digan : "Atención" : (primera cartulina), "Oye te estoy hablando" (segunda cartulina), "Busco a un perro alemán que le haga compañía a mis padres" (tercera cartulina), "¡ Urge!" (cuarta cartulina). Claro que todo ello dependerá de la imaginación del anunciante.

Los miércoles serán de ayuda social. Es decir, localización de personas extraviadas ; robo de autos ; información general sobre el periodo de vacunas ; verificación de autos ; inscripciones a escuelas de gobierno ; fecha de admisión y/o exámenes para los distintos niveles educativos ; próximas conferencias de alguna carrera en especial, cursos, seminarios, diplomados ; requisitos para algún trámite en cualquiera de los Departamentos de la Presidencia Municipal de la ciudad, etc.

Los viernes son "Viernes Artísticos", aquí podrán los irapuatenses hacer muestra y gala de sus aptitudes histrionicas : canto, baile, actuación, declamación, etc. Incluso aquellas personas que sepan realizar manualidades. Por ejemplo, para fechas de la famosa semana santa, en Irapuato acostumbran algunas personas hacer alfeñiques (figuritas) de azúcar como animales, cosas, nombres, etc ; y esto puede ser un muy buen tema para ser expuesto en nuestro programa en esta sección de manualidades.

Los sábados dedicados especialmente para estudiantes de la Carrera de Comunicación y Periodismo (antes llamada Ciencias de la Comunicación) para que durante esos 60 minutos empiecen a tomar cartas en el asunto y ejercer de alguna manera su propia carrera y hagan de ese espacio algo productivo de lo que más les

agrade. Obviamente sobre las materias relacionadas con la misma ; es decir que los estudiantes de las escuelas y universidades de la localidad y del estado, tendrán con la emisión un lugar abierto para ejercer su carrera y ser colaboradores del canal 13.

También ser ellos quienes elijan su propio material enviado al aire, sus temas a tratar, invitados, reportajes, documentales ; en fin, todo aquello que deseen y tener una forma directa de participación con Telecable del Centro, misma que prestará sus cámaras y personal a los suscriptores para que participen con nosotros y se hagan juntos los trabajos de televisión. Elementos técnicos por parte de Telecable del Centro y la mente y cerebros trabajando por parte de los estudiantes.

Será un programa grabado y enviado al aire. Es decir, que el programa se caracterizará por no ser en vivo, y por no tener conductores. Este espacio será como capítulos enviados al aire sin persona que intervenga directamente al aire o desde el estudio frente a cámaras. Tendremos música de fondo moderna en inglés y español en todos los géneros para ofrecerse al suscriptor quien se anuncia.

Se citarán a las personas a audiciones y grabaciones previas para poder sacar el programa adelante. Tendrá un precio bajo para nuestro amigo suscriptor, el realizar este tipo de segmento . los costos y presupuestos saldrán del propio centro de costos de la empresa y la demás publicidad generada por el canal.

Al inicio, únicamente se escuchará el tema de entrada y lo voz en off que diga : "Nuestro Espacio. Lunes Oportuno" e inmediatamente se va a corte directo con las cápsulas de las sugerencias antes mencionadas dependiendo del día de transmisión. Los spots y comerciales para su proyección :

- \* "Un espacio dedicado especialmente para ti. Nuestro Espacio. Aquí en canal 13".
- \* "Un espacio dedicado al irapuatense. Nuestro Espacio. Lunes, miércoles, viernes y sábado en punto de la 1 p.m, aquí por Canal 13. La señal que nace en Irapuato".
- \* "Nuestro Espacio, porque tienes mucho que decir, hacer o anunciar ; aquí en Canal 13. La señal que nace en tu ciudad".

- "Porque eres creativo y muy imaginativo. Nuestro Espacio. En punto de la una de la tarde. Aquí por Canal 13".
- "Porque éste es tu programa. Nuestro Espacio. Canal 13, Telecable del Centro".

Se ha creado este programa para que también a futuro se genere más propuestas por parte de nuestro teleauditorio fresero y el espacio quede abierto para sus ideas y propósitos.

### **VIVAMOS MEJOR**

En Cualquier comunidad de este país, existen problemas de la ciudadanía tales como : calles sin pavimentar, colonias sin alumbrado, problemas de agua, etc ; y las personas han sentido la necesidad de expresar estas dificultades a las autoridades competentes para tener una mejor vida.

Ya es común ver en una barra programática este tipo de programas denominados de Asistencia Social, y en nuestra propuesta, no podemos excluir a un programa de esta especie. Consideramos en nuestro particular punto de vista que el irapatense debe sentirse escuchado y tomado en cuenta tanto en su sentir como en su opinión en un programa que puede ser el espacio correcto para hacerlo.

El nombre que hemos escogido para este programa es "Vivamos Mejor". El por qué de este nombre es debido a que, como seres humanos pensantes, pretendemos siempre en ambiciones, valores y juicios una vida mejor, e incrementar nuestra forma de vida para bien y superar la misma día con día.

El objetivo de la emisión será manifestar al aire las problemáticas que viven los freseros ante las autoridades competentes al asunto. Queremos dejar claro que con el programa no pretendemos solucionar a la perfección, todas y cada una de las inconformidades que se presenten, sino hacer mención de ellas y exponerlas para que las personas asignadas y determinadas en el asunto tomen medidas al respecto.

Nuestro programa va dirigido a un sector que rebasa los 25 años, porque los adolescentes aún no están involucrados tanto en ese aspecto, y una persona adulta, se ve más adentrado en ello puesto que a esa edad la mayoría de los freseros llevan una vida en pareja o familiar ; y sus problemas difieren bastante de otros que sólo se dedican a estudiar o en su defecto a divertirse. Será transmitido los días martes y jueves de 1 a 2 p.m. porque en ese horario las amas de casa son partícipes vía telefónica para aportar su punto de vista en cuanto al tema tratado en ese día.

El conductor será del sexo masculino, mayor de los 35 años, pues se pretende identificar al mismo con nuestro público receptor. Si hablaremos de una colonia donde hay mucha basura, se irá al lugar mencionado y se grabarán tomas de la misma, apoyándonos con imágenes, comentarios y entrevistas de vecinos del lugar para demostrar al aire que es verdad lo que se denuncia, ya sea que no existe alumbrado vial ; que las calles no están pavimentadas ; o que la colonia o rumbo por algún motivo se vuelvan inseguros para nuestro ciudadano fresero y no hay protección vial por parte de las patrullas que corresponden a ese sector.

Tendremos de 2 a 3 invitados en el programa, quienes expondrán su problema similar a los demás participantes en la emisión ante cámaras del Canal 13 y frente a personalidades públicas que atañen responsabilidades a su problema. No se pretenderá que éstos últimos den solución inmediata al problema ; o que la actitud que tomen frente a los invitados (afectados) y cámaras sea una posición comúnmente llamada "a la defensiva", sino que tanto las personas afectadas como las autoridades competentes busquen una solución conjunta al problema y ambas partes logren entender y escucharlas carencias, posibilidades y dificultades con que se presentan ante el problema tratado.

La emisión será en vivo, obviamente preparando los temas a tratar con días de anticipación para tener desde nuestro master de producción las imágenes listas y previas que han de apoyar el tema que tratamos. El público podrá participar llamando a nuestro teléfono del estudio, o bien enviando cartas explicando sus problemas y dándonos sus puntos de vista.

Los recursos icónicos, verbales y sonoros, serán y servirán de apoyo al mismo. Serán imágenes reales del *modus vivendi* del fresero : quizá se recurra a un lenguaje crudo que sea apoyado por la propia toma y música que no se asocie más que con la palabra credibilidad. La música que lo representará al inicio y final del mismo será la canción de Vogager del disco "Pyramid" del grupo The Alan Parsons Project. que la entrada dura 2'10" para que se incruste en la entrada y salida con sus respectivos cortes comerciales.

La escenografía recurrirá al chroma key y a las super imposiciones de imagen, es decir, detrás de nuestros invitados imágenes del lugar que se trata : calles, jardines, colonias : así como las cosas desagradables y agradables de la ciudad. Cuando se corte el chroma key será un fondo sencillo, tal es como el nombre de nuestro programa y su logo con una sala perfectamente amueblada y alumbrada.

Un ejemplo del programa es que nosotros, como empresa generadora de programación televisiva vía cable, seremos responsables de mantenernos al tanto y al margen de todo lo que sucede en la ciudad. Así mismo, grabar escenas del acontecer diario irapuatense y después transmitirlo con nuestros invitados y así opinar, sugerir y comentar los problemas que le atañen en su respectiva colonia. Nuestros 2 invitados representantes de la ciudad, buscarán una pronta solución llegando a un mutuo acuerdo para beneficio de ambos : particulares como representantes de la presidencia municipal.

No debemos olvidar que los servidores públicos están llenos de ocupaciones y habrá ocasiones en que no puedan acudir al estudio, pero no por eso, se dejará de manifestar las dudas e inconformidades del público asistente a nuestro estudio y participe del mismo, de hecho se transmitirán las entrevistas realizadas previamente al invitado sobre el asunto tratado.

Nuestro cálculo de costos y presupuestos irán ligados a la publicidad empleada dentro de ésta hora de transmisión. Aquí queda abierta la posibilidad para que cualquier persona física o moral que quiera hacerse publicidad dentro del horario del programa.

Los spots, comerciales y slogans de "Vivamos Mejor" para dar una mayor proyección del programa serán los siguientes :

- "Porque pretendes superarte...Vivamos Mejor. Martes y Jueves de 1 a 2 p.m. Aquí en Canal 13, La señal que nace en Irapuato".
- "Porque no eres una persona conformista. Vivamos Mejor. Martes y Jueves en punto de la una de la tarde. Canal 13".
- "Porque la forma de vida es lo esencial. Vivamos Mejor. Canal 13".
- "Porque pretendes vivir mejor, todos los martes y jueves de 1 a 2 de la tarde".
- "Porque deseamos y anhelamos vivir mejor. Martes y Jueves 1 de la tarde. Canal 13. La señal que nace en Irapuato".
- "Porque nos interesa tu opinión sobre tu lugar de vida. Vivamos Mejor. Todos los martes y jueves de 1 a 2 p.m.. Canal 13 Telecable del Centro. La señal que nace en Irapuato".

Este programa será una alternativa para que el suscriptor irapatense de televisión por cable tenga la oportunidad de expresar sus intereses e inconformidades, así como sus puntos de vista y opiniones. Consideramos óptima la transmisión del mismo, pues lo hará el propio televidente de suscriptor de Telecable del Centro con sus opiniones, quejas y sugerencias hacia el mismo ciudadano fresero envuelto en ello.

## PA' CHICOS

A partir de la aparición de la televisión en el mundo, la llegada de este nuevo medio de comunicación tuvo que cambiar la vida de todos y cada uno de los niños en el mundo. Antes ocupaban su tiempo libre en leer (aspecto muy importante en su desarrollo), jugar y lo más importante : diseñaban sus propios juguetes y medios de diversión. Ahora el hecho de estar demasiado tiempo frente al televisor cambia totalmente la forma de pasar ese "tiempo libre". Los niños ya no leen, ya no diseñan sus propios juguetes y ya no realizan las actividades a las que estaban acostumbrados.

A consecuencia de ello, se hace indispensable conocer los gustos, motivos e intereses que mueven al niño para que pase un mayor tiempo, pero provechoso frente al televisor : así como que actividades y estímulos se pretenden transmitir para atraer la atención del pequeño espectador. Aunque las preferencias por los programas dependen muchísimo de las variables edad, sexo, grado de inteligencia, familia y grupo social en el que se ven desenvueltos ; sustentan en gran medida una importante influencia sobre el gusto del niño. Pero no se puede negar que cualquier niño en este mundo necesita diversión y entretenimiento.

Si se sugiriese el lado optimista y pesimista, diríamos que en el primero los niños obtienen mucha información de educación formal e informal en el transcurso del desarrollo como seres productivos. Y en el segundo ; destacaríamos que la misma televisión puede dar también información incorrecta sobre las actitudes y valores que quizá refuercen los estereotipos negativos frente algún sector social o cultural. Pero ese no será el fin de nuestra empresa de televisión por cable, ni mucho menos de nuestro programa propuesto para niños, sino darle cabida a la educación mediante el entretenimiento, diversión y esparcimiento que requieren todos los niños.

El equilibrio en el desarrollo del pequeño espectador implica un crecimiento continuo y gradual basado en la experiencia que cada uno adquiera, según su núcleo que se ve reforzado por la existencia de una televisión en casa. Después de todo se ha dicho más de mil veces que la televisión "es como un miembro más de la familia", y obviamente, los niños no pueden ser ajenos a un aparato de tal magnitud que está tangente dentro del núcleo familiar.

La barra de televisión se ve invadida con programación para adultos y se olvidan a menudo los gustos y preferencias de los pequeños. Claro que el canal 5 del aire si tiene por la mañana y tarde en su barra programas para niños, aunque caricaturas violentas y agresivas que tienen gran proyección a nivel nacional.

Para nuestra empresa de tvc es importante destacar una programación infantil dedicada a los pequeños usuarios en donde se vean involucrados, se motiven y sean partícipes de lo que sucede en su televisor. Hacemos especial hincapié, porque ellos serán quienes hagan posible el mismo y pasarán más tarde a formar parte de la sociedad y grupo de usuarios, que de alguna manera, serán telespectadores de Telecable del Centro de Irapuato.

Las necesidades de los pequeños orillan a la empresa a crear un programa especialmente para ellos en donde despierte la viveza e interés por llevar una vida de diversión sana : donde a diario se aprenda algo nuevo, y ello les vaya formando un carácter y conocimiento estable ante la vida que ahora se vive.

Lo antes expuesto queda plasmado como el objetivo del programa infantil al cual va dirigido, con una edad que oscila desde los 6 a los 12 años sin importar status social y/o cultural : pues ello, no determina que el niño deje de ser niño y todo lo que la palabra misma implica. Pues afirmamos que todo niño necesita de lo mismo : jugar, divertirse, entretenerse, aprender, platicar, y sobre todo sentirse tomados en cuenta tanto por los mismos niños como por los adultos.

Al programa lo denominaremos "Pa'Chicos", considerando que es de los niños para los niños. Resulta para ellos por demás atractivo la contracción porque saben que los adultos no se expresan de tal manera y eso provocaría la atención por saber el contenido del programa. Se transmitirá de lunes a sábado a las 4 p.m. con duración de 60 minutos con sus respectivos cortes comerciales. Consideramos este horario, pues para ese entonces los niños de escuelas de gobierno como particulares ya están en casita.

Como hemos mencionado antes, el canal se caracterizará por tener formatos de revista, y la emisión infantil no será la excepción. Los conductores del programa serán los propios niños. Se determinará el número de los mismos hasta que se realicen varias pruebas (castings) para su selección.

Los guionistas siempre se han preocupado por realizar libretos con una excelente redacción, pero para un programa de niños, lo único que logran es confundirlo más con términos que no entiende. Pero nosotros como televisora local pretendemos que se utilice un lenguaje tal y como lo escucha en su entorno social, familiar, escolar e infantil: todo ello para que se sienta dentro de él y le facilite el aprendizaje y la información enviada. Lo mejor será que los mismos guionistas se basen en los gustos e intereses que los propios niños le manifestarán para realizar el programa, de tal manera que será inequívoca aquella información icónica, verbal y sonora que se le envíe al niño a través del contenido del programa.

Tomando en cuenta que a los niños les gusta formar grupos, nosotros crearemos el "Club Pa'Chicos" integrado por los conductores de ambos sexos y de diferentes edades con los pequeños suscriptores irapuatenses. También es sabido que ven demasiada televisión, más que todas las horas que pasan en la escuela juntas a partir de las etapas pre-escolar y primaria.

*"La habilidad que adquieren para conservar cualquier tipo de información aumenta con la edad y pueden ser de 3 maneras: A) A través de la percepción de imágenes y palabras. B) Por la relación de unidades visuales y sonoras que se presentan. C) Y como consecuencia de ello, la habilidad para integrar acontecimientos que ocurren en etapas diferentes".*

El movimiento ayuda a comprender mejor los caracteres de una historia y que la conservación se presenta más dificultad para la comprensión de la imagen que cuando se utiliza la narración (voz en off). En cambio, cuando imágenes y palabras se combinan adecuadamente en un programa de niños, la conversación o el diálogo pueden servir de guía para la interpretación de las secuencias.

Para que el niño suscriptor de cable desarrolle habilidades mentales frente al programa, es necesario que tenga una idea de lo que va a recibir. Si éste se ve reforzado por comerciales y promos del mismo programa y se le explica que un programa es importante o que deben realizar una actividad a partir de lo que va a ver y escuchar, el pequeñín podrá desarrollar tal actividad sin grandes esfuerzos.

Quizá nos tropecemos con la idea que tiene la mayoría de padres de familia e instituciones educativas que menosprecian a la televisión y la consideran como una

"caja idiotizadora", pero lo importante no es analizar el por qué superan o no está idea, sino que mediante interesantes contenidos y la invitación de los padres y profesores a participar en "Pa'Chicos" se trate : sino de cambiar, modificar esa idea que tienen sobre la supuesta "maldad del medio". La credibilidad, aceptación y comprensión de todos y cada uno de los contenidos expuestos en esos 60 minutos, serán importantes factores de aprendizaje en el niño fresero.

Por ejemplo, si un niño percibe que "Pa'Chicos" pretende divertirlo, lo usa y lo verá como tal. Pero si el niño recibe sólo la información de que el programa quiere educarlo y enseñarle, lo usará como sólo eso, información y no lo verá. Las expectativas son decisivas, incluso la satisfacción del contenido de la emisión dependen de la satisfacción de esas mismas expectativas declaradas por la empresa televisora irapuatense, en especial por los spots, comerciales, slogans y promos del programa.

La forma en que se llevará a cabo será de una forma divertida, en donde se empleen todo tipo de concursos acerca del conocimiento, pero jugando. Con ello se puede reforzar la instrucción escolar que tengan en las aulas. Será también el baile, los aplausos, las imitaciones y los juegos de futbol y voleibol las maneras en las cuales se realicen actividades para el conocimiento.

Como el niño siempre realiza miles de actividades mientras ve televisión, nosotros como emisores de información, tendremos especial cuidado para persuadir esos momentos con el uso de música o sonidos especiales llenos de impacto al transmitir cualquier tipo de información importante y que los niños lo escuchen, les interese y le presten atención. La existencia de voz infantil en la conducción, aumentará la atención en relación con una voz de adulto, porque inmediatamente lo identificará como un programa "para adultos", pero el humor de los pequeños conductores elevará la atención y el aprendizaje.

"Pa'Chicos" no pretende que de la noche a la mañana los niños le prefieran, pues recordemos que ahora los niños están más vivos y "crecen más rápido" (mentalmente hablando), pues ven caricaturas de violencia, pero por medio del humor, la diversión y el juego, el pequeñín empiece a tener otra alternativa de entretenimiento visual.

Los 60 minutos serán en vivo. De lunes a Viernes en el estudio del canal 13 y los Sábados en exterior (parques, zoológicos, teatros, etc.). lugares donde se tiene más espacio y libertad para realizar los juegos y concursos planeados y así tener un mayor número de espectadores presentes en el momento de la realización.

Siempre pensamos que la música reforzadora de la imagen del programa sería una que fuera interpretada por niños, por los niños y para los niños. La que se apega más a nuestro objetivo es la melodía Clap Clap interpretada por el grupo infantil Gam Gam y Lucciano Pavarotti con duración de 4'46" editada para ser enviada al aire.

Los colores empleados serán vivos, puesto que llaman más la atención. La escenografía trasera será hecha por los mismos niños freseros quienes dibujarán y pegarán lo que más les guste, puesto que es de los niños y para los niños. Estará lleno de muñecos, cojines y hule espuma de diferentes formas, tamaños y colores.

El cálculo de costos y presupuestos del programa estará ligado a los convenios que se tengan con las compañías o empresas que se quieran anunciar, es decir, nuestros costos y presupuestos se reducirán si Telecable del Centro les propone recibir mercancía a cambio de hacerles publicidad a las compañías interesadas en negociar con la empresa. Como ejemplo, los que resultarían idóneos para anunciarse serían jugueterías, salones de fiestas, magos, payasos, escuelas, centros de diversión, etc. Alguno de los slogans, spots y comerciales que saldrán al aire serán :

#### Slogans :

- \* "Pa'Chicos, un programa de niños, para los niños y de los niños".
- \* "Pa'Chicos, un programa muy fresca sólo para los niños".
- \* "Pa'Chicos, un programa únicamente para niños".

#### Comerciales :

1. A : Pa'Chicos B : Y Pa'Grandes A : No ! Nadamás Pa'Chicos de lunes a sábado de 4 a 5 de la tarde.
2. A : Juego, estudio, me divierto B : No, no me digas, ves Pa'Chicos de lunes a sábado a las 4 de la tarde.
3. A : ¿Sinónimo de divertirse ? B : Pa'Chicos A : ¿Sinónimo de concursar jugando ? B : Pa'Chicos A : ¿Sinónimo de estudiar jugando ? B : Pa'Chicos
4. A : ¿Qué es Pa'Chicos ? B : Es jugar, divertirse, estudiar, concursar, platicar B : (interrumpiendo) No, no, eso no ¿Qué significa Pa'Chicos ? B : Pues ya te dije, jugar divertirse, estudiar, concursar platicar

A : ¡No Ya ! dime que es Pa'Chicos    B : ¡Caramba pues ya te dije !... jugar, divertirse, estudiar, concursar, platicar

Por último, lo antes propuesto está sujeto a cambios, puesto que slogans, promos y comerciales se cambiarán periódicamente para darle un aire de frescura al programa ; y de igual manera, están sujetos a la crítica y aptos para realizar cualquier tipo de cambio conforme a la orientación de expertos en la materia, así como de las opiniones y gustos de los mismos niños.

### **EL BANCO DE LOS ACUSADOS**

Desde que el hombre tiene uso de razón, se le maneja que existe "el bien y el mal". Lo bien hecho y lo mal hecho. Lo premiado y lo castigado por las cosas bien hechas y mal hechas respectivamente. Pero en muchas ocasiones dentro de lo "malo", encontramos algo "bueno" y viceversa. De cualquier manera, se trata con ello de mediar situaciones para tener un nivel controlado de conducta del ser humano.

Cuando comenzaron los famosos "Talk Shows" (debate o espectáculo hablado), se empezó a utilizar los ya conocidos debates de temas triviales, pero que llamaban la atención del telespectador. El objetivo de ese tipo de emisiones era transmitir casos cotidianos y hacerle ver al público que su propia realidad se veía reflejada en el televisor de su propio hogar. De la misma manera, era indispensable que el público participara directamente tanto con su presencia en el estudio como con su punto de vista sobre el tema.

Aunque hace tiempo el furor de los Talk Shows, aún no pierde auge y no se puede negar que tiene éxito en el horario vespertino este tipo de programa. Debido a la importancia de lo antes escrito, no debemos omitir un programa como tal dentro de nuestra propuesta de barra programática como del canal 13 de Irapuato ; y como origen de ello se creará un programa de debate llamado "El Banco de los Acusados".

Lo hemos nombrado así porque resulta un título apropiado para la imagen que representará nuestro programa. Es decir, que como el programa será de debate, siempre

habrá un acusado y un acusador ; y para dar el veredicto final de nuestros invitados, pasarán al "banco de los acusados" a escuchar todo lo que se les tenga que decir.

El objetivo del programa será que el público quien realmente haga el programa, puesto que sus problemas y sus vivezas serán el tema a tratar. Y en segundo lugar, lograr una identidad entre la emisora de televisión por cable y sus suscriptores.

Al ser ellos el motivo de existencia de nuestro programa, tendremos varios temas y casos que exponer al aire y nuestro material abundará para ser transmitido a los freseros. Cualquiera irapuatense mayor de 15 años está invitado a nuestro programa a exponer su caso, o ver el programa desde su casa o dentro del mismo estudio. Tendrá una duración de 60 minutos de 6 a 7 de la tarde, de lunes a sábado. Utilizaremos 2 conductores para ello, una muchacha entre los 25 y 30 años ; y un joven que se encuentre dentro de la misma edad, con un perfil de seriedad sin perder su carácter agradable y jovial para el terreno laboral.

Se caracterizará por ser el propio público quien arme el programa. Se tendrán tomas de nuestros invitados del jurado como del público asistente a nuestro estudio. Se utilizará el formato de revista, puesto que éste, es el formato que más acepta cualquier modificación televisiva durante la hora de transmisión. Resulta cómodo utilizarlo puesto que dentro del programa se realizarán comentarios, se aceptarán opiniones y muchas veces podrá tornarse en discusiones. Para ello, la presencia de nuestros conductores, para mediar y frenar con su espontaneidad empleada en "El Banco de los Acusados".

El programa será en vivo desde el estudio del canal 13. Aquí no haremos uso de imágenes ya preparadas, sino de la mera expresión facial de todos y cada uno de los asistentes en el estudio, llámese invitados, conductores, jurado, personal en el canal o público en general. Esto a consecuencia de que al televidente le gusta observar lo que ocurre detrás de cámaras. No le gusta ver todo perfectamente "a cuadro", sino aquello que le permita ver más allá de la toma y de lo que ocurre en el estudio al momento de llevarse a cabo.

Se utilizarán las tomas de paneo para delimitarle al suscriptor el tiempo y ejecución del mismo. Pretendemos captar aquellas escenas ilógicas que se presenten durante la grabación como : actitudes agradables o desagradables del público asistente. Es decir, si se le está acusando a un invitado de la actitud errónea que tomo en el caso

que se expone, saldrán al aire aquellos rostros que denoten molestia por el comentario que nuestro invitado haga.

El lenguaje será como el que todos utilizamos (coloquial), sin tecnicismos ni complicaciones. De cualquier manera, el público será quien se exprese la mayor parte del tiempo, pues nuestros conductores servirán sólo de mediadores entre: la cabina de producción, el público asistente y nuestro público invitado.

No se utilizará ningún guión, sólo tendremos una guía para llevarlo a cabo. Por ejemplo, tendremos de 2 a 3 invitados por parte del jurado: un público asistente en el estudio de 30 a 40 personas, nuestros 2 conductores y las 2 personas que expondrán su caso frente a cámaras. Se tendrá de base que cada uno expondrá su punto de vista en relación con el problema o la dificultad que les atañe. Posteriormente, todos los invitados en el estudio irán armando el programa con preguntas y respuestas en donde al término del programa se dará el veredicto final.

El programa recurrirá al formato de revista, y será transmitido en vivo. Tendrá siempre música de fondo con diversos artistas o grupos musicales. De ser posible, sólo la música y no la voz del grupo o artista. Esto con el fin de no distraer la atención de público asistente, de los participantes y de nuestro telespectador de cable. La música permitirá escuchar la voz de todo aquel que salga a cuadro, sin embargo, la música para la presentación y despedida del mismo, será la canción de Zooropa del grupo irlandés U2, con duración de 2'20", tiempo requerido para su entrada y salida.

La escenografía será una tarima en forma de media luna, en donde estén nuestros dos invitados exponiendo el caso. Al rededor de ellos (abajo) en otra tarima estará nuestro jurado invitado conformado de 3 a 4 personas. Habrá una tercera tarima abajo de ellos para que nuestros conductores puedan moverse al rededor de ellos. Y por último, una cuarta tarima, en donde colocaremos al público invitado en general. Nuestras tarimas estarán alumbradas y hasta arriba un letrero que diga el nombre del programa rodeado de luces fluorescentes. El resto del estudio permanecerá oscuro para facilitar la buena imagen de la cámara.

Un ejemplo del programa: tendremos a los invitados (madre e hija). La primera asegura que la unión libre es la destrucción del amor en pareja y de ninguna manera está de acuerdo que su hija lo intente. La segunda con sus 25 años siendo

solvente económicamente hablando, dice saber lo que hace y desea experimentar en cabeza propia lo que sería la unión libre, pues ya nó es una niña.

Este será el fragmento de introducción del programa. Posteriormente, cada una expondrá sus opiniones sin interrupción de la otra, del jurado o del público asistente. Una vez expuestas ambas opiniones, nuestros conductores harán preguntas a las dos. Posteriormente, recibirán preguntas del público, comentarios y opiniones. Pasado este segmento, el jurado delimitará qué parte tiene más razón que la otra. Es decir, nosotros no pretendemos con la dinámica del programa que una esté bien y la otra mal, sino que ambas tienen motivos para conducirse de tal o cual manera ; obviamente con justas razones de comportamiento, pero nos evocaremos a distinguir quién tiene más razón en su opinión.

Que quede claro que no pretendemos ser tajantes en que una parte esté "bien" y la otra "mal". Sólo se persigue que en alguien predomine más razón y base al exponer sus puntos de vista. Una vez delimitada la resolución del jurado, se pasará a una de ellas a nuestro famoso "banco de los acusados". Allí se expondrán los comentarios buenos y malos de la actitud del invitado, que serán expuestos por el jurado, que puede estar compuesto por psicólogos, doctores, personalidades importantes, entre otros ; quienes tendrán el derecho de decir :

"Señora al conducirse de esa manera está obligando a su hija a hacer tal o cual cosa, pero estamos de acuerdo con usted en lo que opina respecto a ...." ; "Usted está en lo correcto al decirle a su hija que ...., pero ..." ; O bien si la hija se encuentra en el banco de los acusados decirle : "Estas en lo correcto al defender que .... pero...." ; "Tu estas centrada al pensar que...., pero...".

Como sea, al término del programa se le invitará al público suscriptor fresaero a que vote por el mejor caso expuesto en el programa durante el mes. Y al tema que más votos haya tenido, los ganadores obtendrán unos pases para cualquier distracción rutinaria como ir a bailar, a cenar a un lugar reconocido, a nadar, etc.

Se pretende con el programa realizar entrevistas en la calle ya sean grabadas o "en directo" durante el programa, ésto en relación al tema que se esté tratando. Por ejemplo se enviará a un reportero a recorrer las calles de la ciudad preguntando

“Y usted si supiera que su hijo embarazó a su novia ¿lo obligaría a casarse o no , pensando en que la muchacha debió cuidarse por que es su obligación ?

Esta pregunta con el fin de que la gente de sus puntos de vista, independientemente que lo lógico es que se cuiden los dos, pero sólo con el fin de checar la idiosincrasia fresera.

Algunos de los spots y comerciales para la proyección del programa serán :

- \* “Ahora sí. Atrévete a sentarte en El Banco de los Acusados”.
- \* “¿Te atreverías a sentarte en El Banco de los Acusados ? Todos los días de 6 a 7 de la noche. Aquí en canal 13. La señal que nace en Irapuato”.
- \* “Porque cualquier relación laboral, sentimental y familiar es de dos, atrévete a sentarte en El Banco de Los Acusados en punto de las 6 de la tarde. Telecable del Centro, Canal 13”.
- \* “¿Soportarías el rigor de ser motivo de crítica durante 60 minutos ? Atrévete a sentarte en El Banco de los Acusados, a las 6 de la tarde. Aquí por Canal 13”.

Se pretende con el programa lograr un acercamiento en cuanto a opinión de nuestros invitados expuestos al tema del programa ; un acercamiento ya sea familiar, laboral, conyugal o amistoso. Así mismo, se tocarán temas de vida en pareja, de matrimonios, de relaciones sentimentales o de simples y sencillas relaciones amistosas. Y con todo ello, siempre llevando un mensaje de optimismo y buenos deseos a nuestro público asistente, a nuestros invitados y a nuestro teleauditorio fresero de televisión por cable.

## ENCUENTRO DEPORTIVO

El deporte ocupa desde siempre un lugar muy importante en el espacio del televidente, principalmente en el sexo masculino. De igual manera, se le ha asignado siempre un segmento dentro de cualquier noticiero de televisión, pero debido al gran auge con el que cuenta el mundo del deporte, consideramos que es un tema en el cual puede abarcar más de un segmento de cualquier noticiero; es decir, un programa especialmente dedicado al mundo del deporte.

La relación del deporte con la televisión afecta; ya sea como información o como espectáculo y por ese motivo los 365 días del año se ven invadidos por información deportiva de las especialidades más populares: fútbol, ciclismo, boxeo, basquetbol, en fin, todo aquello que conforme y promueva el deporte.

Por ejemplo, la temporada de fútbol americano comienza en septiembre y termina en enero: el fútbol soccer tiene diversas fechas, pero a menudo comienza en agosto y finaliza en mayo: las grandes ligas del béisbol comienzan por la primavera y terminan en otoño. El basquetbol, el tenis y las carreras de autos son disciplinas que se pueden disfrutar todo el año.

Es natural que tanta insistencia sobre el tema deportivo durante todo el año provoque también movimientos positivos de interés en los jóvenes por practicar alguna de éstas disciplinas, que a final de cuentas, La señal que nace en Irapuato pretende inculcar buenos hábitos y costumbres entre sus suscriptores como lo es llevar a cabo cualquier deporte. Después de lo antes expuesto, sería una aberración no incluir un programa deportivo en nuestra barra del Canal 13, de Irapuato.

Para nuestro público fresero se pretende brindarle 60 minutos deportivos todos los lunes por la noche. Hemos tomado en cuenta este día, puesto que el domingo se transmiten todos los partidos y al siguiente día se puede hacer un resumen de todo lo ocurrido en las diferentes disciplinas deportivas, así como durante el mismo, comentar lo que ocurrirá durante la semana.

Realizar un programa el mismo domingo resultaría presionado para todo el personal que labora en el Canal 13, pues se verían bajo presión al momento de enviar los videos concernientes al partido que se realizó ese día y al momento de hacer nuestro

tren de videos, así como insertar, editar, musicalizar, etc. Y lo que más se desea evitar es una mala producción del mismo ; además de que no se cuenta con un equipo electrónico tal que permita la rápida producción de un programa de televisión como el que se pretende para nuestra barra programática fresera.

El objetivo del programa es cubrir un tema muy importante en el ámbito televisivo, sobre todo, para un público espectador masculino que abarca un número considerable : pues el género deportivo es visto tanto por los niños como por los adolescentes y adultos.

El nombre del lunes por la noche será "Encuentro Deportivo" porque será un encuentro entre jugadores y/o equipos por lograr una victoria ; un encuentro entre los comentaristas y el público suscriptor de cable del canal 13 ; mismo que conlleva a un encuentro entre el sistema de televisión por cable, el público espectador y el deporte mismo.

Tendrá un tiempo de emisión al aire de 1 hora, los lunes dentro del horario de 9 a 10 de la noche. Manejará el formato de telerevista en donde se darán notas, información y comentarios sobre los marcadores finales y enfrentamientos de los diferentes equipos concernientes a la disciplina deportiva.

Tendrá como conductores a 2 hombres y una mujer. Desde siempre se ha considerado que los programas deportivos están dirigidos principalmente al sexo masculino, lo que se aconseja es que sea conducido por personas del mismo sexo ; pero nosotros estamos en total desacuerdo en ello, puesto que los deportes no son única y exclusivamente dedicados al varón, sino que dentro del género se encuentran implícitas las mujeres.

Por ejemplo, la gimnasia está totalmente compuesta de movimientos estéticos, y no por ello, los hombres dejan de presentarse en competencias olímpicas como se ha venido haciendo desde hace mucho tiempo. Dentro del deporte cabe la presencia tanto del hombre como de la mujer, y por esta razón, nos sumamos a la opinión de que el comentario deportivo de la mujer también debe estar presente en el programa "Encuentro Deportivo", puesto que es otro punto de vista más y de esa manera se le da otra visión al público femenino irapuatense, que de alguna manera influirá a despejar la idea errónea de que los puntos de vista femeninos no son tomados en cuenta.

Como característica principal de la emisión es que ésta será en vivo, dando pie a que durante el programa el público receptor del Canal 13 tenga la oportunidad de exponer sus puntos de vista tanto deportivos como del programa, ya sea vía telefónica al aire o con imágenes de entrevistas previas en las calles de la ciudad.

Los recursos que utilizarán para el programa serán todas aquellas imposiciones de imagen y efectos especiales que se pueden realizar en el master de producción. Nuevas voces, nuevas formas de presentación y sobre todo una manera amena de comentar la noticia informativa. En cuanto recursos sonoros, se utilizará música rápida conocida en inglés para que logre la identificación con el público hispano.

En lo que al programa respecta no queremos ser tajantes al determinar que es un programa sólo para el sexo masculino : el mismo, queda abierto también para el telespectador femenino que desea informarse y ser participe del mismo. La escenografía será una pared trasera completamente cubierta por televisiones en donde se estén pasando videos, imágenes, jugadas, entrevistas, etc. de deportes únicamente. Abarcarán los televisores lo largo y ancho del estudio. Se tendrá un escritorio a lo largo del estudio en donde desde allí, nuestros conductores tomaran las riendas de "Encuentro Deportivo". Los colores serán característicos de Telecable del Centro (azul rey, blanco y gris metálico) por ser unos colores neutrales que identifican a la empresa.

Los costos y presupuestos del programa serán conforme a la propaganda y publicidad que se maneje dentro de los 60 minutos que se envíen al aire. Se transmitirá publicidad básicamente de casas deportivas, clubes, gimnasios, centros deportivos, centros de nutrición, gimnasios, etc ; y sobre todo se hará difusión de las campañas y eventos deportivos que se promueven en la ciudad, en el estado y/o municipios cercanos a Irapuato.

Se podrá hacer todo tipo de comentarios referentes al deporte durante su emisión (considerando el tiempo que se dedique a la publicidad). Por ejemplo, se comentarán partidos del día anterior (domingo) sobre sus jugadas, faltas, expulsiones, marcadores, etc. Se dará también la lista de posiciones y enfrentamientos durante la semana próxima ; así mismo, los suscriptores de Telecable del Centro podrán llamar y sus comentarios serán escuchados al aire.

Existirá la famosa "Tivia Deportiva", en donde al hacer preguntas sobre el tema, quien conteste acertadamente entra a una tómbola y al final del mes podrá obtener (por poner un ejemplo) descuentos en casas deportivas, en gimnasios, se regalarán balones, etc. El anunciante se hará promoción (al principio) automáticamente, pues en lugar de dar el monto perteneciente a un anuncio de televisión; nos dará mercancía misma que regalaremos al suscriptor por su preferencia al Canal 13. Posteriormente se hará trato con los anunciantes a otro nivel.

Otra forma de motivar al suscriptor es que cuando haya partido en el estadio Sergio León Chávez de la ciudad, se otorgarán boletos a todo aquel que sea puntual en sus rentas y que por ello tenga derecho a entrar a la famosa "Tómbola Deportiva". La música que identificará a nuestro programa será el tema de Double Talkin' Live del grupo estadounidense Guns and Roses. De la misma manera, para hacer propaganda del programa se utilizarán las siguientes leyendas que detallamos a continuación:

- \* "Encuentro Deportivo, más acerca del deporte".
- \* "Encuéntrese con el mundo deportivo Aquí en Canal 13 los lunes por la noche. Canal 13. Telecable del Centro".
- \* "Más acerca del deporte...Lunes por la noche, Encuentro Deportivo, Canal 13".
- \* "Encuentre el mundo del deporte en punto de las 9 de la noche. Aquí por Canal 13. La señal que nace en Irapuato".
- \* "Porque usted gusta del deporte. Lunes por la noche Encuentro Deportivo. Canal 13. Telecable del Centro".

Cualquiera que estos sean, a parte de las sugerencias que se den por parte de nuestro público suscriptor perteneciente a Telecable del Centro, quedan aceptadas también sus opiniones en cuanto a nuestro programa. El teleauditorio podrá crear algún tipo de sección o segmento dentro del mismo para una mejor atracción hacia el irapatense.

Esperamos también una pronta identificación de "Encuentro Deportivo", con los futuros planes antes mencionados para obtener un rating considerable y así alcanzar metas ya trazadas.

## **PRINCIPIOS Y VALORES PERDIDOS**

La educación varía y se modifica al pasar de los años. Nuestras actividades y actitudes van cambiando. Nuestra ideología evoluciona o se atrasa conforme a las costumbres que varían, pues avanzan o de "degradan" conforme al transcurso del tiempo. Los adelantos de la ciencia, los avances tecnológicos, los descubrimientos de las distintas disciplinas como la medicina, la mayor libertad de expresión y la evolución del ser humano son factores predominantes en el pasar de los años que cambian el comportamiento del mismo hombre.

Los jóvenes ya no sabemos distinguir entre lo que antes se llamaba "las buenas costumbres" y a lo que ahora se le nombra "lo pasado de moda". En estos tiempos se nos hace fácil tomar una actitud laboral y autónoma sin prescindir de costumbres, que de alguna forma, se marcaba la pauta para la conducta e ideología del hombre y de la mujer. Por ningún motivo se piensa que el actuar de nosotros los jóvenes de hoy día es erróneo del todo, pero sí muchas veces inadecuado y mal llevado. En ocasiones puede ser mal manejado el término "libertad", pues como se escucha más de mil veces "se confunde la libertad con el libertinaje", y habrá que distinguir entre ambos conceptos.

Según el diccionario enciclopédico Larrousse, define a la palabra libertad como "el poder inminente al sujeto, en orden a su realización, que puede definirse como la capacidad de decidirse o auto determinarse". Define como libertades públicas al conjunto de libertades reconocidas a los individuos y a los grupos frente al estado ( libertad de opinión, religiosa, de enseñanza, prensa, reunión, asociación, etc). Y por concepto de libertinaje, lo define como la conducta de un libertino. Que es aquél que lleva una vida irregular y silenciosa (contrario a las buenas costumbres).

Para ello, es necesario crear un programa en donde lo antes mencionado se trate. Y el espacio ideal para ubicarlo es dentro de una barra programática de televisión por cable, y la nuestra, aún tiene tiempo disponible y suficiente para poder transmitirla. El objetivo del programa será mencionar y aumentar conductas y actitudes de antaño con los comportamientos y formas de conducirse actualmente. El mensaje, los temas y todos los comentarios van dirigidos a los jóvenes y adolescentes freseros que pueden estar

confundidos en su pensar, con los tiempos modernos que se presentan en pleno siglo XX y XXI. No importa si su nivel escolar es básico, medio o superior.

El nombre adecuado puede ser tentativamente "Principios y Valores Perdidos", pues engloba lo antes citado. Puede tener un tiempo de emisión de 60 minutos, con sus respectivos cortes y ser transmitido todos los miércoles de 9 a 10 de la noche. Este horario específico porque se encuentra ya toda la familia en casa y permite que ambos puedan verlo (padres e hijos) por su sistema de cable.

Los ideales para conducirlo serán 2 jóvenes, sexo masculino y femenino, con el fin de interpretar e identificarse con los suscriptores. Pueden ser entre los 25 y 30 años. Lo que pretenden con ello, es tener 2 opiniones distintas vistas desde el lado femenino y masculino con mentalidad joven y dinámica de cualquier irapuatense. Tendrá la participación del público en el estudio con distintas personalidades públicas y médicas que con sus comentarios y opiniones apoyarán el tema tratado y nos darán 2 visiones distintas del tema a tratar. Así mismo, recurrirá a las opiniones grabadas de los freseros que deseen manifestar su pensamiento e ideología frente a las cámaras del canal 13.

Nuestro programa podrá recurrir a fotografías de antaño : libros que sirvan de apoyo para complementar nuestro tema : música antigua e incluso cartas o cualquier instrumento histórico que sea útil para ilustrarlo. Recurrirá al formato de telerevista. Se podrán hacer sketches, contar chistes, escenificar dentro del programa situaciones determinadas, platicar, debatir y todo aquello que nuestro espacio televisivo lo permita.

Tratará de mediar y distinguir entre el comportamiento de antaño y el de ahora. No tendrá una postura inclinada hacia "lo que se hacía antes era mejor". No tendrá preferencia ni añorará tiempos pasados. No recriminará ni aprobará esta nueva forma joven de conducirse. Simplemente mostrará ambos lados de la moneda y dejará a juicio del espectador fresero el tema que en esa ocasión se trate.

Será transmitido en vivo, para que quien desee llamar al estudio y escucharse la opinión al aire : aportar su conocimiento o vivencia al resto del público irapuatense. Pretendemos analizar dentro del programa fragmentos de películas con temas y comportamientos, que próximos a entrar al año 2000, aún se viven dentro de nuestra sociedad. El público podrá apoyar y conformar la emisión, con todo aquel material que tenga en su casa y sirva para el tema del cual se habla.

La música de cualquier género será expuesta en el programa. Este puede dar espacio, para que todos aquellos estudiantes de la Carrera de Comunicaciones pueda participar en el mismo. Ellos serán los encargados de seleccionar el material a exponer, de elegir los temas a tratar, de concertar las citas e invitaciones de nuestros panelistas ; etc. Todo aquello que de origen al programa.

Tendrá como música inicial la canción de Bullet The Blue Sky del grupo irlandés U2. Entrada que dura aproximadamente 30'' ; pero con el ingenio de nuestro equipo de producción de la cabina de audio, se hará una mezcla y edición para que pueda alcanzar los 45 segundos que se necesitan para la entrada y salida.

La escenografía a la que recurriremos será a una sala llena de cojines de colores vivos con una mesa de centro en donde estarán nuestros invitados : mayores y menores. Así los hemos nombrado porque serán los papás (o gente experimentada) los mayores. Y los menores serán los jóvenes que estarán compartiendo sus experiencias con nosotros.

Es decir que si tema de ese día es el "galanteo", nuestros invitados darán su punto de vista en cuanto al término ; del cómo se realizaba en años pasados y como lo es en estos días. Se platicará que unas formas de galanteo como lo era el abrir la puerta del auto, retirarle la silla a la dama en el comedor, decirle piropos, etc. Todo esto se platicará y se comparará a la forma de galantear en los años 90's. También se podrá dialogar entre vivir en unión libre o no ; sus ventajas y desventajas ; de la educación que se les daba a las "señoritas" sexualmente hablando ; la represión que antes de tenía. En fin, sacaremos de todo, las ventajas y desventajas del antes y el después de la forma de vida de los mexicanos.

Se anunciarán todas aquellas personas que deseen y podrán hacer promoción ambos, pues mientras nosotros podremos hacer un comercial del periódico de la localidad, ellos podrán como empresa de prensa escrita, emplear una página completa con la programación del canal 13, llegando a un acuerdo entre ambas empresas. Las leyendas que se manejarán son las que a continuación se citan :

- \* "Principios y Valores Perdidos, donde tenemos mucho que platicar. Aquí en canal 13, La señal que nace en Irapuato"

- \* "Principios y Valores Perdidos, donde tenemos mucho que contar. Todos los miércoles a las 9 de la noche. Aquí en canal 13, Telecable del Centro".
- \* "Porque es importante mejorar día a día. Principios y Valores Perdidos. Todos los miércoles en punto de las 9 de la noche. Aquí en canal 13".
- \* "Porque nos interesa escuchar tu opinión. Principios y Valores Perdidos. Todos los miércoles en punto de las 9 de la noche por Telecable del Centro. Canal 13".
- \* "Porque queremos compartir contigo experiencias y emociones pasadas y actuales. Principios y Valores Perdidos. Aquí por el Canal 13, La señal que nace en Irapuato".
- \* "Porque te gusta conocer el antes y después. Principios y Valores Perdidos. Miércoles 9 de la noche. Telecable del Centro. La señal que nace en Irapuato".

Cualquiera que sea éstos, el programa será una forma más de participar y de alguna manera hacerle ver al joven fresero que tenemos que rescatar esos principios y valores que poco a poco se han ido perdiendo. Resaltaremos lo bueno que tiene ahora nuestros tiempos y de ninguna manera pretende ser moralista, sino divertimos con los sucesos de antaño ; al igual que aquellos valores que se han ido adquiriendo en los noventas y que son buenos para ejecutarse así como recuperarlos a como de lugar.

### **PRIMERA FILA**

Mucho hace ya desde que los hermanos Lumière realizaron pruebas que dieran origen a lo que hoy llamamos cine. Aparte de considerársele como séptimo arte, se le ha tomado como forma de entretenimiento, diversión y lucro para las empresas cinematográficas. Aunque unas películas pueden ser buenas o malas, no dejan de ser precisamente eso, películas ; que se conforman por elementos que la hacen posible tales como : el reparto, la música, la fotografía, trama .etc. Con lo anterior puede que unas películas estén en ventaja con otras o que se encuentre un abismo de diferencia y a veces eso es lo que determina el éxito o fracaso de éstas.

Como sea, una película entretiene y la prueba está en que mes a mes se estrena en pantalla diferentes filmes cinematográficos con diferentes géneros que le aluden : acción, misterio, musicales, infantiles, aventuras, drama, terror, etc ; tanto que desde

hace ya varios años se otorga el famoso premio "Oscar" a las películas que por alguna u otra cosa consiguieron su reconocimiento por alguno de los factores que la integran.

Aunque no negamos que este tipo de eventos se ha vuelto comercial y que existen diferencia en puntos de vista tanto del telespectador como de los que conforman el jurado calificador, el cine no ha dejado de ser motivo de crítica por los expertos en el tema, ni mucho menos para el cinéfilo de corazón que día a día se vuelve más exigente. Como hay periódicamente estrenos de películas en cartelera, resulta atractivo crear un programa especial para el Canal 13 en donde se hable, se platique, se comente, se critique, e incluso se proponga todos aquellos elementos que conforman e filme.

El nombre será "Primera Fila", nombre que surge dentro de la misma sala cinematográfica por estar conformada por hileras de butacas para disfrutar la película. El objetivo será darle opciones y juicios diversos al suscriptor irapatense sobre películas tanto de estreno como las denominadas clásicas. Aquellas que van desde lo comercial hasta buenos filmes con un soporte necesario que por ello se han vuelto clásicas dentro del séptimo arte.

Generalmente, la mayoría de la gente se guía por los comentarios que hacen dentro del medio de la comunicación y del círculo en el que se desenvuelven. Aquí trataremos dar comentarios conforme a todos los factores que integran la película, ya que por lo general el público guía su comentario únicamente conforme al reparto.

Por ejemplo, opinan que una película es buena si la película participa tal o cual artista, y no es así. Consideramos que una película puede ser buena en cuanto al guión y excelente trama, pero si el actor no es bueno y no saca adelante su papel, decae la película. A veces el nombre del director es garantía y muchas otras no. Ocurre también que la trama no es tan buena, pero el empeño y buen desarrollo histriónico de cada uno de los actores participantes pueden sacar a flote la misma.

Como sea, se dan juicios ligeros y el programa tratará de darle al suscriptor del Canal 13 otra visión de lo que es el Séptimo Arte. Se comentará desde el nombre hasta la propaganda hecha para el filme: se evocará también que se observe otros puntos de la película que resulten interesantes.

El programa va dirigido a todo tipo de público que le guste el cine, sin principio ni límite de edad. Se hace una invitación abierta, incluso a niños que deseen ver cortos y

escuchar comentarios de las películas de estreno de Walt Disney. Su horario será todos los viernes de 9 a 10 de la noche, ésto con la finalidad de que la sugerencia quede abierta para el fin de semana y días entrantes.

Las características principales será que cada que exista un estreno en cartelera se platicará y comentará de ello. Los demás viernes que conforman el mes (mientras no haya más estrenos) se puede sugerir otros filmes, tanto los recientes como los ya clásicos. Así pues, se dará la opción de películas a nuestro suscriptor de tvc para que pueda rentar en su centro de video más cercano.

En cuanto a expresividad audiovisual se pasarán escenas de la película que se comenta ; no se tendrá guión alguno, sino puntos a tratar conforme al filme, lo que conducirá a que surjan comentarios y opiniones de los conductores. La línea telefónica estará abierta para que los suscriptores den sus puntos de vista respecto a la película y al programa mismo.

Los conductores, una mujer y un hombre entre los 23 y 30 años. Será el programa en vivo con el formato de revista. La escenografía, una sala rústica muy confortable (creando una imagen acogedora) con chimenea, alfombra y una televisión de 52 pulgadas que será el material de trabajo dentro del programa.

Por ejemplo, mientras se comenta talo cual acción del filme, los conductores realizarán dentro del mismo programa los movimientos necesarios como regresar, adelantar, pausar, etc ; para comentar algo de cierta imagen. Claro está que eso será mero efecto, pues todo lo que salga al aire será controlado por el master del Canal 13. Los talentos no utilizarán un lenguaje muy complicado para que hasta los niños lo puedan interpretar, porque no negaremos que los pequeños suscriptores también estén interesados en películas de acción, suspenso y demás géneros cinematográficos.

Los recursos sonoros, mientras se comenta sobre la película, se escuchará la música de la misma película para crear identificación entre ambas. Cabe señalar que será utilizada ésta como fondo de los comentarios hechos. En cuanto a publicidad podrán pagar por ello en ese espacio clubes de video, salas cinematográficas, pequeñas empresas de video y filmación de eventos, así como publicidad diversa. Claro que se harán convenios con los anunciantes para que en algún momento se nos proporcione

películas para mostrarlas dentro del programa como objeto de regalo para los suscriptores o pases para alguna sala de cine en la ciudad.

Si nuestra empresa no puede contar con el track original de la película de estreno de la cual se habla, se usará cualquier melodía instrumental de temas de películas de fondo ; sin olvidar jamás que al inicio y final del programa el tema principal será la canción H.I. Feeling de Rare con duración de 4'29''.

Y aunque se diga que el cine se ve mejor en el cine, no se descartará sugerirle al suscriptor la renta de películas ; ya que para una familia numerosa que no cuenta con recursos económicos altos y no esta dispuesta a tener gastos extra, la renta se vuelve idónea, pues La señal que nace en Irapuato pretende aliarse al cuidar el gusto televisivo, musical, económico y social del fresero. Los slogans y comerciales serán :

- \* "El cine se ve mejor en el cine, de canal 13, la señal que nace en Irapuato".
- \* "El cine es aún más en Canal 13, Telecable del Centro".
- \* "El cine es siempre más en Primera Fila, Canal 13".
- \* "Porque el cine es eso y mucho más. Canal 13, la señal que nace en Irapuato".
- \* "Primera Fila, más de cine en su casa".
- \* "Primera Fila, todos los viernes de 9 a 10 p.m. Canal 13, Telecable del Centro".

## **ANIMATE**

A las personas siempre se les ha manejado la idea de ser unos triunfadores mediante el atrevimiento para realizar tales o cuales acciones que otros no se atreverían. Se les asocia la idea de : "Haz lo que los demás no hacen, se valiente y obtén algo que todos desean". La idea de concursar es poner a prueba la rapidez, inteligencia, destreza y/o habilidad para llevar a cabo una acción en el menor tiempo posible ; ésto, con la idea de competir con algunas otras personas que pueden o no estar en la misma situación que el concursante.

Desde que se puso de moda los concursos en grandes cadenas televisivas como la NBC, no ha pasado aún el furor por transmitir este tipo de programas en los últimos años. De hecho, no podríamos concebir una barra programática de tvc sin una emisión de concursos que se vuelve generador importante para incrementar el rating de cualquier canal de televisión. El objetivo de nuestro programa será animar el público a participar y desarrollar la capacidad educacional y mental que cada uno de nuestros suscriptores posee.

Tendrá como también como objetivo incrementar nuestro acervo cultural en todos los aspectos para mejorar el nivel educativo de la localidad a través de juegos y concursos que estimulen al mismo tiempo la diversión y el entretenimiento de nuestros freseros. El nombre que le designaremos será "Animate". En primera : porque se necesita sólo animarse para poder concursar. En segundo lugar : porque el nombre evoca al entusiasmo por hacer algo y obtener un premio. Y en tercer lugar : con este nombre se habla en tercera persona y se logra una relación más personal entre programa - auditorio.

Está dirigido a un rango bastante amplio de edades de niños, niñas, adolescentes y adultos, los cuales, podrán tener intervención en el tiempo asignado para la transmisión del mismo que serán los martes y jueves de 9 a 10 p.m. Ubicado este horario como el de más rating dentro de los freseros. Consideramos que no debe ser una emisión diaria. En primera : porque no se cuenta con el capital suficiente para regalar en cada programa una cifra considerable. Y en segunda : porque con esto se mantiene la expectativa del fresero, pues si fuera periódica, los suscriptores perderían el interés sobre el programa y sus concursos.

Las personas que hemos considerado para la conducción serán un hombre y dos mujeres entre los 25 y 30 años, para proyectar su personalidad jovial y dinámica que contagie al teleauditorio ; ésto con el fin de que se le de agilidad al programa. Se hará uso de nuestro director de cámaras para que elija aquellas tomas que se encuentren empapadas de naturalidad y espontaneidad, es decir, pretendemos captar los rostros de aquellos que muestren en su semblante incertidumbre, felicidad, intriga, duda, seguridad, etc. No precisamente tiene que ser un primer cuadro del rostro del concursante, sino denotar el ambiente que le circunda al amigo participante.

Las características propias en esos 60 minutos, basándonos en que el concurso se apoya en la pregunta - respuesta de tipo escolar y que los mecanismos del juego son parte fundamental del espectáculo, utilizaremos todos aquellos recursos que nos ofrezca el master de producción para utilizar la imposición de imagen y ofrecer variedad en su presentación.

Se hará uso del temario escolar de primaria, secundaria, preparatoria y conocimientos generales que apoyarán las preguntas que se efectuarán dentro del mismo. Una vez que sean contestadas (primera etapa) se complementará con la ejecución de una actividad chusca, penosa, de riesgo o paciencia : es decir, una vez que la rapidez y el conocimiento estén del lado del concursante y haya contestado acertadamente (ya sea preguntas de cultura general o tema específico), tendrá que hacer una actividad que confirme su conocimiento y ánimo por ello.

Un ejemplo podría ser : una vez que nos contestó todas las capitales de la República Mexicana correctamente, tendrá que imitar a un bebé. Ponerse un pañal, gatear, llorar, balbucear y así mismo tendrá que aceptar una acción que alguna persona proponga vía telefónica. Ya que la llamada que logre entrar al aire podrán una condición para que el concursante pueda recibir el premio. Queremos pensar que algunas llamadas serán de las amistades del participante que le pondrán algo difícil, pero chusco a la vez. Todo ello bajo reglas que se establecerán y que no provoque la vergüenza, la pena, o ponga en riesgo la salud tanto moral como física del concursante.

Según el récord del mes, ganará ciertos premios basados en su conocimiento. Como se tomará lo ilógico de la expresión visual, tendremos que un adulto podrá vestirse de niño y viceversa, donde se vea implícita la participación de padres e hijos y

que ellos vean la actitud que toman en tal o cual situación. Con ello, se pretenderá un acercamiento familiar. Resultará gracioso el invertir papeles, servirá como espejo familiar por medio de la diversión y el entretenimiento.

Será en vivo y muchas veces con control remoto. Se utilizarán colores vivos y demasiada iluminación con un espacio bastante amplio, como suelen ser los programas de este tipo. La música que lo representará es la canción Incommunicade del álbum The Other Six of One Half Duze del grupo Marillion con duración de 59", misma que será utilizada para cada corte.

Incluirá bastantes juegos y dinámicas en donde se verifique y rectifique el nivel cultural que tiene el concursante. Se harán concursos de canto, baile, dramatizaciones, ortografía, conocimientos generales, etc. El cálculo de costos y presupuestos empleados serán conforme a todos aquellos patrocinadores que deseen ocupar ese tiempo para presentar su producto. Telecable del Centro podrá también negociar este segmento intercambiando tiempo al aire por productos, premios, vestuario, etc : que se necesita para la emisión considerando que el programa tiene una estructura y una forma que se presta a elevar el rating de la barra y es solicitado por los anunciantes.

De cualquier manera, los concursos han ejercido y continúan ejerciendo una gran influencia educativa, representan auténticos elementos de la cultura de una sociedad específica ; y por consecuencia, confirman ciertos comportamientos o modelos de comportamiento y de formas distintas de pensar. Las leyendas que se utilizarán son :

- "Animate y obtén premios todos los martes y jueves de 9 a 10 p.m. aquí en Telecable del Centro".
- "Animate a concursar con tus conocimientos los martes y jueves en punto de las 9 de la noche por Canal 13. La señal que nace en Irapuato"
- "Animarse y saber es todo lo que necesitas para obtener atractivos regalos a las 9 de la noche, los martes y jueves aquí por Canal 13".
- "Si tu diversión es lo básico, pues animate los martes y jueves a las 9 de la noche. Canal 13".
- "Si sabes, ganas ; y si te animas aún más, Martes y Jueves 9 de la noche. Canal 13 Telecable del Centro. La señal que nace en Irapuato".

Con "Animate" no pretendemos que sea un sustituto de la instrucción escolar, sino todo lo contrario ; que refuerce los conocimientos ya adquiridos y despierte el interés de mantenerse ávidos de información, interactuando con su núcleo familiar por medio del entretenimiento y diversión en la casa del suscriptor de tvc en Irapuato.

## **TRADICIONES Y LEYENDAS**

México tiene un verdadero mosaico de culturas, costumbres, vestimenta, gastronomía, entre otros, que abarcan los 4 puntos cardinales ; y con ello, nuestro país se encuentra invadido por muchas tradiciones y leyendas en todos y cada uno de los estados que conforman nuestro interesante territorio mexicano. La mayoría de las veces desconocemos la importancia que ello tiene y la riqueza de esos valores aportados a nuestra cultura.

El objetivo de nuestro programa “Tradiciones y Leyendas” será rescatar, recordar y concientizar a nuestro joven público suscriptor de toda la belleza que envuelve y rodea a nuestro país con sus costumbres que derivan el nombre de nuestra transmisión. Es un programa de invitación constante a personas que deseen conocer más de nuestro México ; no importando la edad, sexo, status o clase social. Será transmitido los sábados de 9 a 10 p.m. 60 minutos donde serán recordadas y narradas aquellas leyendas y tradiciones que se efectúan a lo largo y ancho de la República Mexicana.

Aquí en la emisión, puede ser indiferente quien lo conduce. Ambos sexos pueden llevar a cabo esta tarea. Lo primordial será que transmita al público suscriptor la sensación de estar en el lugar de los hechos. Utilizará el género de revista, recurrirá a la entrevista y al reportaje. Se tendrán escenas y se dramatizará aquella historia que se transmita al aire. De ser posible, el equipo de producción viajará al pueblo o ciudad donde se desarrolle el tema tratado.

La expresividad sonora irá ligada conforme a la historia. Se transmitirá música representativa del estado o lugar a la cual pertenece la tradición o leyenda que salga al aire. El programa será en vivo con previas imágenes seleccionadas y editadas. La escenografía será la fachada de una casa de madera con chimenea y pasillo exterior, como aquellas casas de bosque de programas de antaño como lo era el del famoso Cachirulo. Pero desde el punto positivo, y con un toque mexicano en la decoración, es el marco ideal para la narración de nuestras historias. Se insertarán imágenes del lugar con el crhoma key y la dramatización visual, icónica y sonora del tema tratado.

El conductor deberá tener un tono de voz agradable, puesto que con la imagen en la pantalla, predominará su voz, la cual debe mostrarse segura y con un cierto toque de

misterio. Los programas irán acompañados de entrevistas en el lugar donde se desarrolla la tradición o leyenda alguna. El público podrá sugerir u opinar mediante cartas, teléfono, correo de voz electrónico e incluso vía internet (que está tan de moda) sobre el programa. Estas 4 vías con el fin de abarcar a los diferentes niveles sociales de las más de 70 colonias que conforman la ciudad.

La música del programa para su principio y fin será utilizada la canción de Bird del álbum A Passage in Time del grupo Dead Can Dance con duración de 1'40". El suscriptor fresero está invitado a formar parte de este equipo de producción enviando sus historias al estudio, o bien narrándolas en un cassette y describiéndolas para que posteriormente nosotros acudamos al lugar a grabar el mismo. Nuestro cálculo de costos y presupuestos irá en función de la publicidad que se maneje durante el programa.

Durante "Tradiciones y Leyendas" cualquier persona, negocio o empresa se puede anunciar valiéndose del programa para hacerse publicidad. Alguna de los promos que se manejarán son los que a continuación se detallan :

- "Porque nuestras tradiciones no han muerto...Viernes 9 de la noche Tradiciones y Leyendas. Canal 13 Telecable del Centro".
- "Porque nuestro país es un mosaico de cultura...Tradiciones y Leyendas. Viernes 9 de la noche. Aquí en Canal 13. La señal que nace en Irapuato".
- "Porque aún siguen vivas nuestras Tradiciones y Leyendas. Aquí por Canal 13 Telecable del Centro".
- "Porque tú sabes más Tradiciones y Leyendas compártelas con nosotros todos los viernes a las 9 de la noche . Aquí en Telecable del Centro. Canal 13. La señal que nace en Irapuato".

Estos promos saldrán al aire con imagen y voz del conductor. Tendrá 6 días para su realización, un efectivo guión, musicalización, edición, etc. para que sea enviado 60 minutos a la semana. Existen muchas leyendas y tradiciones, y sí muchas veces cambian de pueblo a pueblo, pues de estado a estado aún más. Esto da origen a tener bastante material para el programa, pues tenemos mucho de donde escoger.

## **CAMBALACHE MUSICAL**

Pese a que en 1940 se inician las primeras pruebas en donde se demuestra que las señales de video pueden quedarse, registrarse y conservarse, es hasta 1965 cuando realmente inicia su desarrollo el concepto de video. Surge en un principio como opción que abre las posibilidades de uso de la televisión.

Se manifiesta entonces una polémica muy fuerte que cuestiona la tecnología del video. Los cineastas por su parte manifiestan que la única ventaja en el uso del video está en la reducción de costos al efectuar una producción, pero que el video jamás lograría la definición que proporciona el cine.

Los defensores del video expresaban que además de la reducción económica, también requiere de estructuras organizativas menos complejas. Decían que las imágenes y los sonidos grabados en la cinta pueden ser vistos y escuchados inmediatamente y que la visión de lo grabado se puede hacer en cualquier televisor ; las cintas se pueden grabar y borrar repetidamente ; y se evitan problemas de sincronía entre imagen y sonido.

Aunque se dice que la presencia del video ha causado una baja en la entrada de las salas de cine, *"La única explicación posible es que el público se está haciendo adicto a los videos"*. Comentario de Rafael Corkidi en la revista Mira número 2, página 38 en el tema titulado "La Revolución Magnética".

Como sea, estén en guerra o no el cine, la televisión y el video ; nosotros consideramos que cada uno tiene su mercado y su espacio delimitado complementándose unos a otros. Por ejemplo, el mercado del video no podría vivir sin el del cine y para que una película en video sea aun éxito, tuvo que haber estado en cartelera mucho antes, y el medio para ver éste después del dicho estreno, es en la televisión. Lo que sí es bien cierto es que el cine es un arte y ya sea expresada en una mega pantalla, o en un televisor, se disfruta.

A través del video se ha hecho historia y éste ha abarcado un gran mercado. Primero fue de la pantalla cinematográfica al video y posteriormente el mercado musical lo fue absorbiendo. Una vez que el video era una manera más de expresión audiovisual, el mundo musical lo quiso absorber.

Desde hace más de 10 años, los cantantes o grupos musicales lo adoptaron para realizar videos de las canciones y las historias que en ellas se interpretaban. Cualquier letra era manifestada y actuada en una cinta magnética, quedaba registrada y era una forma más de hacer publicidad, tanto del material del cantante como de la proyección de él mismo. Y es como empieza una lluvia de producción de videos para el terreno musical ; y se amplía el campo de trabajo para los productores cineastas y los de video.

Todo esto tuvo un impulso tal, que en estos tiempos no se puede concebir a la televisión mexicana sin un programa de videos. Y como siempre existirá música en el globo terráqueo, por consecuencia no dejará de crearse nuevos métodos y fórmulas para proporcionar entretenimiento al público televidente a través del mundo del video.

La música es algo muy maravilloso que aunque en gustos se rompen géneros, la música es un elemento esencial en la vida de cualquier humano. Y puesto que la música es universal, nuestro programa de videos queda abierto para cualquier edad, sexo, clase social, etc. La música es y será por siempre un elemento vital con función distractora en el televidente de cable en el país. No importa el género, éste resulta de gran impacto para quien gusta de ella. Y desde que la música se ve, es necesario agregar un programa de videos en nuestra barra programática.

Al televidente le gusta ver a su artista favorito a menudo entrar mediante su televisor a su hogar con la canción que en ese momento suena fuerte en la radio. Al crear un programa de videos es una forma directa de establecer comunicación e intereses mutuos en cualquier pauta musical. Es la vía para tener variedad musical en cuanto a géneros, artistas, canciones, etc. Es una forma de entretenimiento para el suscriptor de cable. Al estar al aire se pretende tener ventaja sobre la radio, pues en el programa aparte de que los freseros escucharán los temas del momento, también los verán.

Dada la importancia de este último punto, el programa tendrá como objetivo proporcionar variedad musical ; para que así, se convierta en un buen distractor social seguro y barato. Distractor social ; porque es otra alternativa de diversión. Seguro ; porque se puede ver dentro de la comodidad del hogar. Y barato ; porque no se necesita de mucho dinero para acudir a un lugar especial para poder ver videos y gastar un monto considerable para ver a tal o cual artista.

Otro de los objetivos del programa será que el público intercale con el mismo, y para ello, durante la transmisión se invitará al público a intercambiar y ofrecer artículos de su artista o grupo favorito como cassettes, discos compactos, posters, álbumes, etc. Con ello se da origen al nombre del programa que será "Cambalache Musical". Tendrá una duración de 1 hora los 365 días del año. Ambos sexos de diferentes edades están invitados a disfrutar los videos que habrán de cubrir varios gustos musicales. De 7 a 8 de la noche conducirán 7 distintos jóvenes que se ubiquen entre los 20 y 28 años para conducir el programa en los diferentes temas y vertientes que se tomarán.

Se pretende educar al oído fresero a que escuche música en Inglés, y por qué no, videos con situaciones graciosas y agradables que suceden a diario en la ciudad. La música que se podría emplear para ello, sería música clásica con ritmo rápido como La Danza Polovietza; El Huapango de Moncayo, entre otras, y darle al público la señal de que la música clásica no necesariamente tiene que ser aburrida y lenta. Se utilizarán los colores vivos como azul rey, amarillo, rojo fluorescente, etc. plasmados en grecas, símbolos, figuras geométricas y dibujos raros que servirán como escenografía.

En cuanto a su contenido, se dará información de todos los cantantes favoritos, sus conciertos, nuevos materiales discográficos, etc. Se realizará el famoso "Cambalache Musical", recurriendo a un lenguaje fresco con el tipo de expresiones que hoy por hoy se utilizan y crean afinidad con el público irapuatense. El programa tendrá sus grabaciones en el estudio del canal 13 y será transmitido al aire con géneros distintos al día. Es decir, se mezclarán todos los géneros, todos los cantantes durante 60 minutos que podrá mantener la expectativa entre el teleauditorio esperando su video favorito.

Se manejará la lista de popularidad y cada día se hará un debate entre dos o más videos para que el suscriptor vote por alguno y salga al aire en esa emisión. Los géneros quedarán divididos de la siguiente manera :

1. "Lunes Rockero", videos en inglés y español de grupos como Pearl Jam, Motley Crue, Nirvana, Héroes del Silencio, La Ley, Fobia, Kerygma, entre otros.
2. "Martes Románticos", videos en inglés y español de artistas como Willson Phillips, Michael Bolton, Pandora, Ricardo Montaner, entre otros.

3. Tercer día de la semana "Un Poco de Todo" donde podrán competir videos de música últimamente tan de moda como la grupera, tropical, norñeña, salsa, cumbia, merengue y tambora.
4. "Jueves Ranchero", videos de música vernácula de los reconocidos en el género, así como aquellos que se han atrevido a grabar este tipo de música no siendo la suya.
5. "Video Viernes Social", videos de música pop en inglés y español, tales como Van Halen, Erasure, Paula Abdul, entre otros.
6. "Sábado de Reven", videos de música diversa que se escucha en las discoteques como techno, dance, rave, house, hip hope, entre otros.
7. "Domingo de Clásicos", música de antaño en todos los géneros en inglés y español.

Estos géneros serán tratados para el debate de nuestros videos y manejados obviamente por los spots y slogans de :

- \* "En Cambalache Musical, tú haces la programación con tus votos. Todos los días de 7 a 8 de la noche. Aquí por Canal 13".
- \* "Porque tú eliges la programación. Cambalache Musical, en punto de las 7 de la noche por Canal 13, La señal que nace en Irapuato".
- \* "Tu escoges tu propia programación en Cambalache Musical. Canal 13, Telecable del Centro".
- \* "Decide tu propia programación durante 60 minutos en Cambalache Musical. Canal 13, Telecable del Centro".
- \* "La música sólo se ve Cambalache Musical. Canal 13, Telecable del Centro".

Durante la emisión se podrán anunciar discoteques, tiendas de música, de discos, de casas musicales, etc. En relación de que existen varios grupos, cantantes de diferentes géneros y en ambos idiomas : constantemente sacan al mercado nuevos materiales discográficos que dan como pauta bastante material para enviar al aire. La idea de "Cambalache Musical" será no repetir los videos musicales y crear diversidad de gustos en el entretenimiento del público suscriptor irapatense basado en la pluralidad de géneros existentes en el mercado musical mundial.

En el espacio de 2 a 3 p.m. se transmitirá igualmente el noticiero de "Cablenoticias de la tarde". Será la misma dinámica pero con conductores diferentes, igualmente de lunes a sábado. El espacio de 3 a 4 de la tarde será dedicado a los niños con la transmisión de caricaturas.

El domingo será un día que esté en constante movimiento, pues quedando libre la barra de 7 a 10 de la noche se transmitirán películas subtituladas y en español de todos los géneros, en todas las clasificaciones y para todos los gustos. Así también se piensa dedicar un tiempo al deporte amateur. Sabiendo que siempre existe un gusto desmedido en nuestro país por el balompié se hará control remoto de los partidos que se lleven a cabo en la ciudad.

Por lo general existen varios equipos pertenecientes a fábricas, tiendas, hospitales, etc. que hacen sus torneos año con año y Canal 13, Telecable del Centro transmitirá esos partidos a todos los suscriptores para que puedan disfrutar de ello. Cabe destacar que no sólo será de fútbol exclusivamente, sino de los demás deportes que se practiquen en los centros deportivos de la ciudad.

## CONCLUSIONES :

De acuerdo al desarrollo del presente trabajo, se pueden enunciar las siguientes conclusiones :

La televisión por cable surge de la mera necesidad de no poder recibir la señal de la televisión aérea con facilidad. Nos ofrece más programación a la del aire. Se tiene la oportunidad de tener más opciones televisivas. Se puede tener el derecho de primicias de eventos espectaculares de cualquier índole. Se paga por el derecho de escoger la cadena, el canal y el programa favorito y no someterse a la única programación que ofrece la televisión aérea.

Todas las empresas de televisión por cable en el país pueden tener su propia estación de televisión local, pero muy pocas lo consiguen o están interesadas en ello. Irapuato es una ciudad que decidió crearlo en 1995 teniendo hasta el 1 de junio de 1997 sólo 5 programas al aire. Por tal motivo se consideró proponer una barra programática para el canal 13. "La señal que nace en Irapuato".

La creación de cualquier programa televisivo, requiere de la ejecución ordenada de una serie de etapas (preproducción, producción y postproducción), que en conjunto procuran el cumplimiento de objetivos previamente establecidos. Todas irán ligadas y no se podrán separar. Los problemas de la televisión, son complejos ; no sólo requiere de la teoría, sino de la práctica, la cual puede ir en muchas ocasiones acompañada de experiencias que pueden llevarse a cabo en otras empresas de televisión.

La televisión abarca varios caminos : informativo, artístico, cultural, pedagógico, etc. El desarrollo de los programas debe estar encomendado a personas profesionales o prácticos, con elevada capacidad intelectual con verdadero entusiasmo y animados de interés de contribuir al desarrollo cultural del país : que va concientizando al espectador a al televidente, moldeando y formando una mentalidad que es capaz de lograr y crear un medio cultural y social que contribuya notablemente a la superación del país.

Todo el personal que forma el intrincado medio que finaliza en la proyección hacia las pantallas debe ser especializado, entrenado, educado y formado a través de permanentes juntas, cambio de ideas, diálogos y autocrítica.

Tengo alguna experiencia en estudios realizados en el propio Canal 13, he podido advertir que existen lamentables fallas, las cuales deben ser superadas. Comprendo que no se trata de tener polvos mágicos y lograr la perfección, pero el cambio o la ruta al éxito no se puede considerar inaccesible o imposible.

Nosotros, como el suscriptor de Telecable del Centro que presenciara los programas propuestos en este trabajo, tenemos que hacernos siempre las mismas preguntas: ¿hacia dónde vamos?, ¿cuáles son los propósitos específicos de la televisión?, ¿para qué sirve?, ¿cómo se debe actuar?, ¿cuáles son los medios de que disponemos para ello?, ¿existe personal especializado para alcanzar las metas propuestas?

El carácter comercial de Canal 13, Telecable del Centro debe responder a 3 factores fundamentales para el financiamiento y su desarrollo, al patrocinio de programas de calidad, a la presentación de una programación balanceada y a la disposición de anuncios comerciales en los momentos de suspenso, clímax y emoción de algún programa. Partir de una idea bien fundamentada en el discurso de un libreto asegura el interés de la audiencia, cuya magnitud dependerá también del terminado final de la emisión.

La teoría que se nos imparte durante la carrera de Comunicación y Periodismo, no es sino el primer escalón y que hay que ascender los peldaños basados en la práctica, tenacidad, esfuerzo y profesionalismo para alcanzar la cima y lograr ser un buen periodista y dar la exposición de ideas, noticias y acontecimientos de interés público, que dan al televidente la posibilidad de enriquecer su cultura, enterarse y formar su propio punto de vista de todos los temas que se traten en este medio.

La propuesta de producción de la barra programática para el canal 13 de Irapuato responde no a la preferencia personal por aquellas formas, formatos y contenidos integrados en ella; sino al resultado de las encuestas, entrevistas e investigaciones del gusto del suscriptor irapatense.

Espero que este modesto esfuerzo, realizado con ánimo de contribuir sinceramente al mejor desenvolvimiento de la televisión por cable en Irapuato, cuente con la aprobación, interés y estímulo de mis profesores, de las personas más interesadas en su complicado engranaje y en el de mis compañeros de tareas comunes.

## ANEXO I.

### CRONOLOGÍA DE LA APARICIÓN DE LA TELEVISIÓN

- 1839.** Daguerre imprime los primeros daguerrotipos.
- 1842.** Brain construyó el primer aparato para reproducir imágenes fijas a distancia.
- 1860.** Bunsen y Kirchhoff aislan el cesio e inventan un proceso de análisis espectral. Se realizan experimentos a base de colapez. Se encuentra el efecto de la fotoconductividad.
- 1875.** Carey construyó un sistema de televisión con el uso de la "célula fotoeléctrica".
- 1876.** Emilie Reynand inventó el praxinoscopio.
- 1883.** Aparece el telefonoscopio.
- 1884.** Nipkow inventó un dispositivo (disco de Nipkow) en parte mecánica y en parte electrónica. Representaba sin duda una simplificación del sistema televisor.
- 1884.** El alemán Hertz inicia sus experimentos sobre los efectos fotoeléctricos.
- 1888.** Hertz descubrió las ondas electromagnéticas (ondas hertzianas).
- 1906.** Rignox y Fournier intentan en Francia obtener un sistema de televisión. Lee De Forest patenta el tubo de rayos catódicos de tres electrodos (triodo).
- 1907.** El berlinés Rühmer construyó un mosaico de células de selenio, que servía de transmisor con una correspondiente hilera de luces que hacía las veces de un receptor.
- 1909.** Lee De Forest inventa el bulbo audion o tubo triodo para la televisión.
- 1923.** Zworykin inventó el iconoscopio. Baird, en Inglaterra y Jenkins en Estados Unidos, utilizaron las ondas hertzianas en televisión.
- 1925.** John Logie Baird obtuvo la primera transmisión a distancia de imágenes, ignorando los resultados obtenidos por Zworykin, con el iconoscopio.
- 1926.** Baird hizo en presencia de los miembros de la Royal Institution, en Londres, una demostración de la televisión de luz y sombras transmitiendo la faz humana.
- 1927.** En abril la American Telephone and Telegraph Co. (AT&T) hizo una demostración de televisión alámbrica e inalámbrica, empleando el sistema de discos.
- 1928.** Alexanderson, por cuenta de la General Electric Co; transmitió imágenes de rostros humanos a varios hogares de Nueva York. Farnsworth ideó el "disector de imágenes". Alemania tuvo su primera experiencia en transmisión pública de Televisión.
- 1929.** La B.B.C y la Baird Television Co. inauguraron el servicio público de transmisión por televisión; Zworykin introduce el cinescopio. Baird consiguió dar en Londres una sesión pública de televisión donde comenzó a utilizar prácticamente los fototubos.

**1930.** Inician transmisiones públicas en Italia. NBC inicia servicio regular de televisión en Nueva York. La B.B.C realizó su primera transmisión "en vivo" de prueba por televisión, al mando de Baird, con la tradicional carrera de Derby.

**1933.** La Radio Corporation of America (RCA) ensayó un sistema eléctrico de transmisión con el iconoscopio y tubo de rayos catódicos entre Nueva York y Philadelphia, mediante ondas de radio con un reley instalado en New Jersey.

**1934.** Inicia primeros experimentos en televisión Camarena en la ciudad de México.

**1936.** Se inauguró en Londres servicio de televisión pública. La RCA empezó a ensayar este sistema en gran escala y realizó pruebas prácticas utilizando una antena instalada en el Empire State en Nueva York. El sistema EMI se recomienda para su utilización en Inglaterra. Y el 2 de noviembre la B.B.C inició en Londres dos horas diarias de programación de televisión.

**1939.** El 20 de julio Tlejar inaugura en Roma el primer transmisor de televisión, iniciando el servicio público regular de televisión en Italia. Camarena en México da a conocer un sistema de televisión a color llamado Tricromático.

**1940.** Se utiliza el cable coaxial. El 29 de agosto la CBS anunció que Peter Goldmark, había ideado un proceso patético de televisión a color. La NBC comenzó un servicio comercial de televisión con cuatro programas patrocinados por la estación WTVT.

**1941.** La RCA actualiza el sistema de televisión en circuito cerrado. El primero de julio se inician las emisiones comerciales en Estados Unidos.

**1945.** Aparece el orthinoscopio. Se efectúa la primera transmisión transcontinental televisada a lo largo de 4 000 kms: desde la Costa del Pacífico hasta el Atlántico.

**1950.** Se imparte el primer curso de televisión avalado por Columbia Collage de Chicago, Illinois, impartido por el Ing. Robert Kenny.

**1953.** R.C.A comienza experimentos sobre el registro de imágenes en cinta magnética.

**1956.** El 15 de abril se crea el primer centro de producciones de programas de televisión a color; fue inaugurada por la NBC de la ciudad de Chicago.

**1958.** La televisión recibió un invento importante: la máquina de videotape.

**1960.** Se introduce en México el sistema denominado videotape.

**1961.** Primera transmisión en directo de Moscú a Europa con motivo del regreso del primer vuelo orbital tripulado por Yuri Gagarin.

**1962.** Se pone en órbita el Telesat para transmisiones transatlánticas. Camarena obtiene la patente en México, Estados Unidos y otros países, del sistema de televisión a color denominado "Sistema Bicolor Simplificado".

**1964.** Transmisión televisiva vía satélite de la Olimpiada de Tokio, Japón y la coronación del Papa Pablo VI. Al año siguiente, da inicio las transmisiones vía satélite con el "Pájaro Madrugador", primer satélite espacial estacionario de comunicación.

1967. Se inician transmisiones continuas a color de los programas "Telemundo", "Septiembre Musical", "Los Thunderbirds".
1968. Cobertura de la XIX Olimpiada celebrada en México y su difusión al mundo a través del satélite artificial Intelsat. Inician actividades los canales 13 y 8 en México.
1969. Se logró enviar ondas sonoras y de video de la luna a la tierra: la mayor distancia recorrida por el hombre. Hecho que conmocionó a la humanidad entera el 20 de julio cuando 723 millones de espectadores en el mundo contemplaron atónitos la más formidable proeza tecnológica en la historia de la civilización: El primer paso del hombre a la luna, "Un paso corto para el hombre, un salto enorme para la humanidad".
1972. Creación de la televisión rural en México.
1974. Se da a conocer el "Disco Visión" como un nuevo aparato de la comunicación.
1976. Inauguración de operaciones de la Red Univisión para cubrir a la población hispanoparlante en diversos puntos de la Unión Americana. Se transmite mundialmente los Juegos Olímpicos de Montreal.
1977. Reconocimiento otorgado a la televisión mexicana por la National Academy of Television, Arts and Sciences en la ciudad de Nueva York. Se crea la Dirección General de Radio y Televisión de México (RTC).
1980. Trigésimo aniversario de la televisión en México. Se da el cambio de la televisión rural por la televisión de la República Mexicana.

**NOTA :** Esta cronología fue obtenida de : Fernando González y González "Historia de la televisión Mexicana", México ,1989, pp.31-34. Así como de las enciclopedias Barsa Española, Temática , Salvat y Grolier Juvenil.

Como podemos observar a lo largo de esta cronología, los avances de la tecnología han sido sorprendentes para el alcance de satisfacciones mayores en el mundo de la tecnología. Es increíble la manera en cómo ha ido evolucionando las comunicaciones a través del mundo y para el mundo. La década de los ochentas marca la pauta para que se den inicio las transmisiones formales de programación satelital hacia cualquier punto del planeta tierra. No es de extrañarse que existan formas tan simples y con una alta tecnología para transmitir entretenimiento, diversión y cultura a las grandes masas de nuestro planeta mediante un sólo objeto: *la televisión "una ventana al mundo"*.

Los avances de la tecnología han sido sorprendentes para el alcance de satisfacciones mayores en el mundo de la tecnología. Es increíble la manera en cómo ha ido evolucionando las comunicaciones a través del mundo y para el mundo. La década de los ochentas marca la pauta para que se den inicio las transmisiones formales de programación satelital hacia cualquier punto del planeta tierra. No es de extrañarse que existan formas tan simples y con una alta tecnología para transmitir entretenimiento, diversión y cultura a las grandes masas de nuestro planeta mediante un sólo objeto: **la televisión.**

## **A N E X O II.**

*"Tiene el poder de entretener a millones, de llevarlos a eventos históricos en los lugares más distantes del mundo y hacerlos parecer como si estuvieran aconteciendo cerca de usted. Es capaz de unir culturas y civilizaciones diferentes todo con un sólo propósito. El medio de comunicación en masa más poderoso de todos los tiempos es lo que representa la televisión ... y comenzó la visión. Visión, la capacidad única de vislumbrar y abrazar el futuro, y ahora, 4 de las organizaciones de medios de comunicación más influyentes y respetadas del mundo unen sus esfuerzos para realizar en toda América Latina una visión jamás imaginada. Organizaciones Globo: Grupo Televisa, News Corp y TCI<sup>2</sup> compartiendo su afición por avanzar rumbo al futuro*

*LAS ORGANIZACIONES GLOBO forman la mayor empresa de medios de comunicación de masa de Brasil. Es una de las más importantes servicios de producción y distribución en todo el territorio. Entre las cuales se encuentra la mayor productora y distribuidora de servicios de programación vía satélite en todo el territorio brasileño. Las organizaciones Globo también cuentan con varias publicaciones, tiene la cadena de radio más importante y cuenta con la empresa de Lengua Portuguesa más poderosa del mundo.*

*EL GRUPO TELEVISIA es también la mayor empresa de Multimedia del mundo de habla hispana y es uno de los principales protagonistas del espectáculo internacional, con la participación en la producción televisiva y producción de teledifusión, servicio de distribución internacional en el mundo. El grupo Televisa cuenta con canales de televisión, estaciones de radio, producción de discos y la principal operadora de televisión por cable mexicana. Además la empresa televisiva también participa en la primera empresa privada de satélite a nivel mundial y es la quinta cadena de importancia en los Estados Unidos.*

*NEWS CORP es una de las mayores empresas de multimedia del mundo y uno de los socios fundadores de servicio de televisión de mayor éxito en la historia. Además News Corp entre sus variedades se incluye producción y distribución de películas de primera calidad y una extensa y revolucionaria gama de programación televisiva. Es una de las mayores empresas de televisión de los Estados Unidos, dos canales de televisión por cable y el canal de televisión más visto por jóvenes y adultos en los Estados Unidos. News Corp también opera alguna de las empresas por satélite y cable más populares en los 5 continentes incluyendo canales de televisión por cable, líderes en audiencia en América Latina.*

*News Corp también controla los más conocidos diarios, editores de revistas y libros del mundo entero. Con su capacidad y tecnología de expansión intercontinental, TCI cuenta con una red de servicios mundiales y programación mundial, así como los servicios telefónicos en varios países alrededor del mundo. Ha demostrado un fuerte compromiso en el mercado latinoamericano.*

*Organizaciones Globo, Grupo Televisa, News Corp, TCI... una alianza sin precedentes que revolucionará el sistema de televisión en América Latina. Estas cuatro empresas están uniendo sus recursos y capacidades para ampliar los servicios de*

televisión por suscripción formando un extenso sistema que transparará las expectativas de los programadores, así como de los suscriptores. Experiencia, Liderazgo, Compromiso y Tecnología uniéndose en una sola visión ... ¡Istumbando en nuevo milenio."

*Durante la ceremonia de presentación realizada en New York hablaron los cuatro representantes de la alianza DTH. Transmitida de igual manera en el noticiero, para lo cual, lo transcribiremos también :*

*El Presidente de News Corporation, Robert Murdoch, manifestó su satisfacción por formar parte de éste esfuerzo colectivo :*

*"Gracias a todos por su presencia. Me siento extremadamente feliz de estar aquí reunido con mis estimados socios de Globo, Televisa, y TCI. Creo que nuestro anuncio conjunto de hoy se refiere al desarrollo más extraordinario y de más grande alcance en el bravo nuevo mundo de la televisión mundial. Trabajando con nuestros buenos amigos y nuevos socios Roberto Maranhão, Emilio Azcárraga y Fred Fierro, quienes pronto influirán lo mejor del entretenimiento e información a un público muy grande y muy importante disperso en toda América Latina y el Caribe.*

*Nosotros News Corp nos sentimos particularmente orgullosos de unir nuestra experiencia especial en la comunicación internacional en los bastos recursos de nuestros socios. Quiero enfatizar los grandes conocimientos y experiencia en la comunicación de Globo, particularmente en el mercado brasileño; la excelencia absoluta de Televisa en la programación, producción, emisión y distribución en español. Y por último, pero no menos importante, la gran capacidad de TCI en la elaboración y operación de programación y en sistemas de transmisión en todo el mundo.*

*Este tipo de alianza estratégica entre las principales compañías líderes de comunicación y de transmisión, serán muy importantes en los años venideros para enlazar a todas las salas de los hogares en todos los rincones del mundo. Nosotros en News Corporation estamos muy complacidos de ser parte de éste esfuerzo colectivo y de unirnos a éste grupo de compañías que compartimos ésta visión. Muchas Gracias."*

*El presidente de Globo Brasil, Roberto Maranhão dijo sentirse emocionado de formar parte de éste proyecto al que califica como un reto para el futuro :*

*"Hoy estamos aquí para anunciar una nueva era en las telecomunicaciones de América Latina. En un mundo de diversidad y de más selección para el auditorio. Se que mis colegas Emilio Azcárraga, Fred Murdoch, Fred Fierro comparten la misma visión y para proporcionar al pueblo de Brasil y de América Latina información independiente y una basta selección de entretenimiento. con esto, Globo se siente emocionado de ser parte de éste grupo extraordinario de compañías y está interesado en afrontar el reto del futuro."*

*El Presidente de Televisa el señor Emilio Azcárraga subrayó la importancia del entretenimiento en la vida diaria.*

*"Una de las cosas más importantes de la vida es poder recibir algún tipo de entretenimiento. Lo que estamos haciendo ahora, es proporcionar esto no sólo a América Latina, sino a todo el continente de América. América está formado por el Español, Inglés y Portugués. Estos son los tres idiomas que se hablan. Todos éstos millones de personas, nosotros vamos a cubrir Norteamérica que incluye a Estados Unidos y Canadá con señales en español, y diré que México es parte de Norteamérica; así creo obviamente la gente estará encantada de recibir ésta cantidad de señales en sus propios idiomas, y que brindarán una buena respuesta a éste esfuerzo conjunto de las cuatro compañías participantes. Muchas Gracias."*

*El vicepresidente de TCI, Fred Fierro habló del poder y los recursos que están a disposición de ésta nueva alianza:*

*"En TCI creemos que ninguna compañía tiene los recursos hoy para alcanzar el éxito en el mundo de las comunicaciones en el siglo XXI, por eso buscamos alianzas estratégicas. Se pueden imaginar cuán emocionados nos sentimos de*

*estar asociados con mis socios de la izquierda: cuando se piensa en los recursos que están en juego. La capacidad de News Corp y los otros recursos para lograr una programación superior. Lo mismo digo de Televisa, ellos son tal vez los que producen más programación en español de todo el mundo - creo que tengo que eliminar la palabra tal vez-, y mi amigo Robert Marrinho que hace lo mismo en Brasil. De lo que se trata esto es de programación y entretenimiento: éste es el mejor grupo que yo pueda imaginar*

### ANEXO III.

AÑO	DENOMINACION O RAZON SOCIAL	CIUDAD
1955	Mario de la Fuente Flores	Nogales, Sonora
1962	Televisión del Norte Coahuila, S.A de C.V	Piedras Negras, Coahuila
	Televisión Internacional, S.A de C.V	Monterrey, Nuevo León
1964	Televisión de Acuña, S.A de C.V	Acuña, Coahuila
1968	T.V de Uruapan, S.A de C.V	Uruapan, Michoacán
	Televisión de Monclova, S.A de C.V	Monclova, Coahuila
	Cablevisión, S.A de C.V	Distrito Federal
1969	Telenozteca, S.A de C.V	Reynosa, Tamaulipas
	T.V Comunal de México, S.A de C.V	Valle de Bravo, México
	Ramoncita Esparza González	Nuevo Laredo, Tamaulipas
	Televisión de Sahuayo, S.A de C.V	Sahuayo, Michoacán
1970	T.V Comunal de México, S.A de C.V	Toluca, México
	T.V Cable, S.A de C.V	Lagos de Moreno, Jalisco
	Telecable de Morelos, S.A de C.V	Cuernavaca, Morelos
	Visión por Cable, S.A de C.V	Guadalajara, Jalisco
	T.V Cable de Provincia, S.A de C.V	Pachuca, Hidalgo
	Visión por Cable de México, S.A de C.V	Tijuana y Tecate, B.C.N.
	T.V Cable, S.A de C.V	Minatitlán, Ver e Iguala, Gro
	Operadora de Sistemas de Televisión por Cable, S.A de C.V	Hidalgo, Michoacán
	T.V Comunal de México, S.A de C.V	Zitácuaro, Michoacán
	Telecable Mexicano, S.A de C.V	Acapulco, Guerrero
	Antenas Comunes de Michoacán, S.A	Zamora, Michoacán
	Cablemex, S.A de C.V	Ocotlán, Jalisco
	Telecable de Juárez, S.A de C.V	Tula de Allende, Hidalgo
1972	T.V Cable de Provincia, S.A de C.V	Sn. Andrés, Tuxtla Veracruz
	Cable Z, S.A de C.V	Zacatlan, Puebla
	Cablevisión de Apatzingán, S.A de C.V	Apatzingán, Michoacán
	Jorge Belmonte Espinoza	Yerácuaro, Michoacán
1973	Cablevisión de Jijilpan, S.A	Jijilpan, Michoacán
	Visión por Cable de México, S.A de C.V	Mexicali, B.C.N.
	Telecable de Jalostotitlán, S.A	Sn. Juan de los Lagos, Jalisco
	Televisión de Atotonilco el Alto, S.A de C.V	Atotonilco el Alto, Jalisco
	Sistemas de Televisión por Cable de Michoacán, S.A de C.V	Lázaro Cárdenas, Michoacán
	Cablemex, S.A de C.V	Valles, S.L.P. y Mante, Tamps.
	Telecable de Michoacán, S.A de C.V	Los Reyes, Michoacán

	Televisión por Cable de Tamazula, S.A	Tamazula de Gordiano, Jalisco
	Telecable de Zacapu, S.A de C.V	Zacapu, Michoacan
1974	Telecable de Tacámbaro, S.A	Tacámbaro, Michoacán
	Telecable de Nueva Italia, S.A	Nueva Italia, Michoacan
	Telecable de Manzanillo, S.A de C.V	Manzanillo, Colima
1975	Telecable de la Barca, S.A de C.V	La Barca, Jalisco
	Telecable de Matamoros, S.A de C.V	Izúcar de Matamoros, Puebla
	Francisco Belmonte Espinoza	Cotija, Michoacan
	T V Cable de León, S.A de C.V	León, Guanajuato
	Telecable de Ciudad del Carmen, S.A de C.V	Del Carmen, Campeche
	Micaela Rosales Herrera	Puruándiro, Michoacán
	Telecable de Zacapu, S.A de C.V	Purépero, Michoacán
	Manuel Trejo Garcia	Sn. Miguel de Allende, Gto.
1976	Telecable de la Laguna, S.A de C.V	Torreón, Coahuila
	Servicios de Ingeniería Electronica, S.A	Cancún Quintana Roo
	Telecable de Apizaco, S.A	Apizaco, Tlaxcala
	Telecable de Yucatán, S.A	Valladolid, Yuc. y Tizimin, Yuc.
	Telecable de Vallarta, S.A de C.V	Puerto Vallarta, Jalisco
	Visión por Cable de México, S.A de C.V	Ensenada, B.C.N
	Telesistemas del Norte de Michoacán, S.A de C.V	Tanguanciuaro, Michoacán
	Operadora de Sistemas de Televisión por Cable S.A de C.V	Tenancingo, México
	T.V. Cable de Oriente, S.A de C.V	Córdoba, Ver. y Taxco Gro.
	Cablevision de Saltillo, S.A de C.V	Saltillo, Coahuila
	Telecable Mexicano, S.A de C.V	Chilpancingo, Guerrero
1977	Cablevision del Noroeste, S.A	Bajamar, B.C
	T V Cable de Provincia, S.A de C.V	Acañucan, Veracruz
	Cable del Bravo, S.A	Miguel Alemán, Tamaulipas
	Comunicable, S.A de C.V	Matamoros, Tamaulipas
	Telecable del Centro, S.A de C.V	Zac. Zac. Irapuato, Gto. Qro., Qro.
	Telecable Centro Occidente, S.A	Morelia, Michoacan
	Operadora de Sistemas de T V por Cable, S.A de C.V	Atzacmulco, Mexico
	Telecable de Teocaltiche, S.A	Teocaltiche, Jalisco
	Mario Gustavo de la Fuente Manriquez	Cananea, Son. y Caborca, Son.
	Televisión por Cable de Tabasco, S.A de C.V	Comalcalco y Villahermosa, Tab.
1978	Telecable de Tecoman, S.A de C.V	Tecoman, Colima
	Visión por Cable, S.A de C.V	Los Mochis, Culiacán y Guasave, de Sinaloa. Guayamas, Hermosillo y Navojoa de Sonora.
	Cablevision del Norte, S.A	San Luis Rio Colorado, Sonora
	Telecable de Huetamo, S.A de C.V	Huetamo, Michoacán
	Telecable de Tlapa y Huamuxtitlan, S.A de C.V	Tlapa, Guerrero
	Telecable de la Laguna, S.A de C.V	Parras de la Fuente, Coahuila y Durango, Durango
	Telecable de Ario, S.A	Ario de Rosales, Michoacán
1979	Telecable del Centro, S.A de C.V	Aguascalientes, Aguascalientes

- Vision por Cable S.A. de C.V.  
 Telecable de Chihuahua, S.A. de C.V.  
 1983 Jorge Antonio Reyes Flores  
 Telecable de Chihuahua, S.A. de C.V.  
 1984 Televisión por Cable de Tabasco, S.A. de C.V.  
 Telecable del Estado de México, S.A. de C.V.  
 Telecomunicación de Tehuacán, S.A. de C.V.  
 Cable del Bravo S.A.  
 Cablesistema de Victoria, S.A. de C.V.  
 Sistema de Comunicación de Campeche, S.A. de C.V.  
 Servicios de Ingeniería y Electrónica S.A.  
 1985 Telecable de los Altos S.A.  
 Visión por Cable S.A. de C.V.  
 1986 Baldemar Delgado López  
 Telecable de Salina Cruz, S.A. de C.V.  
 Mauricio E. Vinay Hill  
 1990 Gerardo José Millet Palomeque  
 Lorenzo de la Fuente Manríquez  
 Asistencia Internacional en Cable, S.A. de C.V.  
 José Pérez Quintanal  
 Telecable de Juárez S.A. de C.V.  
 Mario Gustavo De la Fuente Manríquez  
 1991 Telecable del Centro, S.A. de C.V.  
 José Ciprés Villaseñor  
 Carlos A. Vilaserrano  
 Vision por Cable de Oaxaca, S.A. de C.V.  
 Francisco Raúl Selvas Caballero  
 Juan Alfonso Serrano  
 1992 Organización Mexicana de Televisión, S.A. de C.V.  
 Video Cablemex S.A. de C.V.  
 José Trinidad Rubio Barba  
 Ma. del Carmen Ibarra Farfán  
 Leonardo Julian Saenz Puga  
 Telecable de Zapopan S.A. de C.V.  
 Antonio Jorge Letayf y Trejo  
 Televisión por Cable de Tepa, S.A. de C.V.  
 Carlos Alberto Rodríguez Cabrera  
 Audomaro Sandoval Hurtado  
 Maria Irma Salazar Leon  
 Televisión por Cable de Muzquiz, S.A. de C.V.  
 Juan Pablo Balleza Patiño  
 1993 Sergio E. Pedroza Romo  
 Raul Arenchiga Espinoza  
 Elias Luis Saide Azar  
 Jesus E. Soto Vega
- Mazatlán, Sinaloa  
 Delicias, Chihuahua  
 Huejutla de Reyes, Hidalgo  
 Camargo, Cuauhtemoc Chih., Chih.  
 Macuspana y Cárdenas, Tabasco  
 Concalco de Berriozabal y Ecatepec Mexico  
 Tehuacán, Puebla  
 Sabinas, Coahuila  
 Victoria, Tamaulipas  
 Campeche, Campeche  
 Cozumel, Quintana Roo  
 Autlán de Navarro, Jalisco  
 Obregón, Sonora  
 Allende, Coahuila  
 Madero, Tamp. Coatzacoalcos, Ver.  
 Tamazunchale, San Luis Potosí  
 Mérida, Yucatán  
 Sta. Ana, Magdalena de Kino Son.  
 San Luis Potosí, S.L.P.  
 Chetumal, Quintana Roo  
 Juárez, Chihuahua  
 Agua Prieta, Sonora  
 Celaya, Guanajuato  
 Fresnillo, Zacatecas  
 Tapachula, Chiapas  
 Oaxaca, Oaxaca  
 Tuxtla Gutierrez, Chiapas  
 San Fco. del Rincón, Gto.  
 Jalapa y Veracruz, Ver.  
 Poza Rica, Veracruz  
 Texcoco, México  
 Cholula, Puebla  
 Orizaba, Veracruz  
 Zapopan, Jalisco  
 Tlaxcala, Tlaxcala  
 Tepatlilán, Jalisco  
 Tlaquepaque, Jalisco  
 Tonalá, Jalisco  
 Rosarito, B.C.  
 Melchor Muzquiz, Colima  
 Villa de Alvarez y Colima, Colima  
 Yahualica, Jalisco  
 La Paz, B.C.S.  
 Cadereyta de Jiménez, Nvo Laredo  
 Tala, Jalisco

Maria Martha Serna Hernandez

Jose Abel Vieyra Garibay

T. V. Cable de Naranjos S.A. de C.V

Jaime Esteban Machorro Fernández

Cable Diversión, S.A. de C.V

Héctor Félix Vázquez del Mercado

Minicable Juan Miguel Castro, S.A. de C.V

Cable California, S.A. de C.V

Jorge Alberto Ruvalcaba Valdivia

Enobia Teresta de Jesús Mena Aguilar

Nancy Mariana Ramirez Carrizosa

Fernando Abreú Méndez

Pedro Manuel Delgado Mendicuti

Jorge Orlando López Dzib

Pablo Gonzalez Gonzalez

Mayavisión, S.A. de C.V

Promoción por Cable, S.A. de C.V

Luis Alberto Alonso Magaña

Ricardo León Garza Limón

Video Cable del Centro, S.A. de C.V

Yadira Belmonte Rosales

René Alfredo Olivares Ramos

Mario Alberto Padilla Hernandez

Gaston Garcia y Gutierrez

Daniel Cayetano Chiapa Chavarria

Sergio Malo Moneny

Telecable del Grullo, S.A. de C.V

Telecable del Salto y Juanacatlán, S.A. de C.V

Reynaldo Godínez Chávez

Jose Clemente Covarrubias Castillo

Jose Lira Coronado

Reynaldo Godínez Silva

Rodolfo Covarrubias Castillo

Alfredo Fabregas Fernández

Telecable de Zapotlanejo, S.A. de C.V

Oscar Torres Sanchez

José Antonio Ibarra Fariña

TV Cable del Oro, S.A. de C.V

Francisco Barbachano Herrero

Francisco Jose Ibarra Patiño

Gerardo Figueroa Manzo

Valle de Santiago y Yuriria, Gto

Acámbaro y Salvatierra, Gto

Naranjos, Veracruz

Comitan de Dominguez, Chiapas

Tizimin, Yucatan

Valladolid, Yucatán

Puerto Progreso, Yucatán

Mexicali y Tijuana, B.C.N

Los Cabos, B.C.S

Calvillo, Aguascalientes

Calkini, Campeche

Champotón, Campeche

Palizada, Campeche

Acala, Reforma, Yajalon, Chiapas

Cintalapa, Chiapas

Huixtla, Chiapas

Ocosingo, Chiapas

San Cristóbal de las Casas, Chis

Queseria, Colima

Gpe. Victoria, Santiago Papasquiaro

y Vicente Guerrero, Durango

Salamanca, Gto.

Uriangato, Gto.

Villagran, Gto.

Atoyac de Álvarez, Gro

Actopan, Hidalgo

Atotonilco el Grande, Hgo

Casimiro Castillo y Colotlán, Jal.

El Grullo, Jal.

El Salto-Juanacatlán, Jal.

Mazamita, Jal.

Tocolatlan, Jal.

Tequila, Jal.

Tizapan el Alto y Valle de Juárez,

Jal. Cojumatlán, San José de Gracia y Venustiano

Carranza, Micoacan

Unión de Tula, Jal

Zacoalco de Torres, Jal.

Zapotlanejo, Jal.

Amecameca, Méx y Zacatepec, Mor

Chalco, México

El Oro de Hidalgo, Méx.

Malinalco, Méx.

Nezahualcóyotl, Méx.

Coahuacana, Mich.

Telecable del Oriente, S.A de C.V  
Hilario Baltazar Vázquez  
Telecable de Morelos, S.A de C.V  
Visión por Cable de Nayarit, S.A de C.V  
Cable de Huajuapán de León, S.A de C.V  
Pablo Gonzalez Gonzalez  
José Antonio Millet Palomeque  
Mantenimiento de Sistemas Via Satélite, S.A de C.V  
TV Cable de la Cuenca, S.A de C.V  
Rafael Cañedo y Benitez  
Alberto E. Ventosa y Aguilera  
Jorge Isaac Crippa Acuña  
Leonardo Julián López Samz Puga  
René Alfredo Olivares Ramos  
Ana Maria Ramos Morin  
Sergio Enrique Pedroza Romo  
Eduardo Hervert Cabrera  
Enrique Palmas Hernández  
Gerardo José Millet Palomeque  
Trinidad Gallegos Hernández  
Carlos Jesus Flores Meza  
Miguel Alfonso Lastiri Quiróz  
Ambrosio Alejandro Ramos Carrasco  
Ma. Eugenia Gutiérrez Arroyo  
Norma Amparo Dessommes Zambrano  
Comunicación y TV por Cable, S.A de C.V  
Jorge Antonio Reyes Flores  
Ma. Andrea Osalde Borges  
Arnoldo Rodriguez Zermeño  
Telecable del Cañon, S.A de C.V  
Margarita Cruces Saldaña  
Cablevision de Pomuch, S.A de C.V  
Sistema de Television por Cable de Pichucalco, S.A de C.V  
Martin Antonio Huerta Carbajal  
Hortensia de la Fuente Vidal  
  
Pedro Montoya Arce  
Modesto Orihuela Guerrero  
Telecable del Noroeste, S.A de C.V  
  
Francisco Guadalupe Vielma Valdivia  
Telecable de Chiautla, S.A de C.V  
Jose Antonio Maraña Ricaño  
Rubén Venancio Valladares Hernández  
Maria Luisa Bernal Echarrea

Maravatio, Mich.  
Quiroga, Mich.  
Cuautla, Mor.  
Tepec, Nayarit  
Huajuapán de León, Oax.  
Juchitan y Salina Cruz, Oax.  
Sta. Ma. Huatulco, Oax.  
Tehuantepec, Oax.  
Tuxtepec, Oax.  
Atlixco, Puebla  
Puebla, Puebla  
San Martín Texmelucan, Pue.  
Teziutlan, Pue.  
Tequisquiapan, Qro.  
Corregidora, Qro.  
Matchuala, S.L.P.  
Rio Verde, Fernández, S.L.P.  
Tamuin, S.L.P.  
Huimanguillo, Tab.  
Teapa, Tab.  
Aldama, Tamps.  
Huamantla, Tlax.  
Alvarado, Ver.  
Coscomatepec, Ver.  
Huatusco, Ver.  
Papantla, Tlapacoyan, Ver.  
Tantoyuca y Panuco, Ver.  
Hunucma, Yuc.  
Jalapa y Jerez de Garcia Salinas, Zac.  
Juchipila, Zac.  
Rio Grande, Zac.  
Pomuch, Camp.  
Pichucalco, Chis.  
Cortazar, Gto.  
Tenango del Valle  
y Jalatlaco, Mex.  
Tepupitlan de Hidalgo, Mex.  
Puente de Ixtla, Mor.  
Acaponeta, Rosa Morada,  
Tecuala, Nayarit.  
Cerralvo, N.I.  
Chiautla, Puebla  
Chignahuapan, Pue.  
Tenosique, Tab.  
Altamira, Tamps.

Luis Escobar Avilés  
Jorge Rafael Cuevas Renaud  
José Guadalupe Zuno Cuéllar  
Francisco Antonio González Sánchez  
Héctor Félix Vázquez del Mercado Malpica  
Telecable de Juchitán, S.A de C.V  
Fernando Olivares Ramos  
Beatriz Eugenia Olivares Ramos  
Jorge Aviña Ojeda  
Telecable del Centro, S.A de C.V

Mendoza y Río Blanco, Tamps.  
Zihuntanejo, Gro.  
Tuxpan, Jal.  
Linares, N.L  
Cosamaloupan, Ver.  
Tuxpan, Ver.  
Apaseo el Alto, Gto  
Apaseo el Alto, Gto.  
Guzmán, Jal.  
San Juan del Río, Qro.

## BIBLIOGRAFIA

### **"Cablevisión"**

Toussaint Florence.

Revista Proceso. Número 793. 13 enero 1995.

### **"Datos del Registro CV-661004 de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público".**

México, D.F. 4 octubre 1966.

### **"El legado de Azcárraga : un país menor de edad".**

Revista Proceso. No. 1068. 20 abril 1997.

"Especificaciones y Requerimientos para la instalación y operación de sistemas de televisión por cable". Norma Oficial Mexicana. 4 octubre 1993.

### **"Elementos teóricos, metodológicos y técnicos de la planeación de mensajes educativos para televisión".**

Ahumada Barajas Rafael

Cuadernos de la ENEP Aragón. Número 72. Febrero 1994.

### **"Enlista Forbes a 24 mexicanos entre los más ricos del mundo".**

Varias Agencias. La Jornada. 5 julio 1994.

### **"Historia de la televisión narrada por sus protagonistas".**

Castellot de Ballin Laura.

Editorial Alpe. México. D.F.

### **"New type of make-up material and color television"**

Kodama & Hidemitsu

Journal of the Society of Motion pictures and television engineers, U.S.A Junio 1960.

### **"La televisión"**

Wagner Fernando

Editorial Labor. S.A. España.

### **"La televisión por cable en América y Europa".**

Bertrand Claude-Jean. López Escobar Esteban

Editorial Fundesco. 1990.

### **"La televisión por cable : El caso mexicano".**

Crovi Druetta.

Cuaderno de Ciencias de la Comunicación. Número 1-1990.

### **"Los triunfos y tropiezos de 1996".**

Huerta José Ramón.

Revista Expansión. 1996.

**"Reglamento de la TV por Cable."**

**"Romper las Cadenas"**

A. Le. Dieberdery N. Coste-Cerdan.

**"Sistemas y Métodos Audiovisuales"**

Rigg Robinson P. Editores Asociados México.

**"Television and the F.C.C : A crisis in Media Control".**

R. LeDuc. 1975.

**"Television and Radio"**

Chester, Garrison y Willis

Appleton Century Crofts, Inc. N.Y.

**"Televisión Educación y Desarrollo de una Sociedad de Masas".**

García Jesús. Editorial G. Gili

**"Television Production HandBook"**

Zettl Herbert.

Wadsworth, Co. Inc. U.S.A

**"Tercer Manual de Servicio al Cliente"**

Cablevisión. 1996.

**"The Technique of film and Television Make Up"**

Kehoe Vincent.

Hasting House. Pub. U.S.A. 1975.

**"The Technique of the Sound Studio".**

Nisbett Alex.

Hasting House Publishers. U.S.A. 1962.

**"The Television".**

Cooper Bernard.

Editores Asociados. México.

**"Teoría General de la Información y la Comunicación"**

Romero Rubio Andrés

Editorial G. Gili.

**"Ventana al Mundo"**

Charles J. Coombs

Editorial UTEHA. México