

871642



UNIVERSIDAD MADERO 3

Escuela de Periodismo y Comunicación Colectiva  
Incorporada a la UNAM

2ej.

***" Preferencias del Auditorio Infantil  
Televisivo en Tuxtla Gutiérrez, Chiapas:  
El Caso del Canal 5 XHDY "***

**Tesis que presentan:**

***Montserrat Vilchis López  
Mercedes Cigarroa Espinosa***

**Para obtener el Grado de**

**Licenciado en Periodismo y Comunicación Colectiva**

268404

**Puebla, Pue. Octubre 1998**

**TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN**

**PER ASPERA AD ASTRA**



Universidad Nacional  
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

**Biblioteca Central**



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

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

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

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

**DEDICAMOS ESTA TESIS:**

**A DIOS, POR DARNOS LA OPORTUNIDAD  
DE VIVIR, Y PERMITIRNOS REALIZAR  
UNA MAS DE NUESTRAS METAS.**

**A LA UNIVERSIDAD MADERO:  
PORQUE EN SUS AULAS, NOS BRINDARON  
LA ENSEÑANZA PARA NUESTRA FORMACION  
PROFESIONAL.**

**A.  
LIC. MA. ALEJANDRA PONCE MORALES  
Y LIC. MIGUEL RIVERA LONA; POR SU  
APOYO Y ASESORIA.**

# ÍNDICE

<b>INTRODUCCIÓN.</b>	<b>I</b>
<b>CAPÍTULO 1 MARCO TEÓRICO:TELEVISIÓN, COMUNICACIÓN.</b>	<b>Pág.</b>
1.1 MARCO CONCEPTUAL.	1
1.1.1 LA COMUNICACIÓN Y SU PROCESO.	2
1.1.2 LA TELEVISIÓN Y EL PROCESO DE COMUNICACIÓN.	9
1.1.3 LA TELEVISIÓN COMO FENÓMENO SOCIAL.	11
1.1.4 LOS GÉNEROS TELEVISIVOS.	13
1.1.4.1 INFORMATIVO.	14
1.1.4.2 DRAMÁTICOS O DE FICCIÓN.	15
1.1.4.3 TELEFILMS.	16
1.1.4.4 CONCURSOS.	17
1.1.4.5 MUSICALES.	17
1.1.4.6 DEPORTIVOS.	17
1.1.4.7 INFANTILES Y JUVENILES.	18
<b>CAPÍTULO 2 ORIGEN Y DESARROLLO DE LA TELEVISIÓN.</b>	
2.1 CONTEXTO MUNDIAL.	19
2.2 DESARROLLO DE LA TELEVISIÓN EN MÉXICO.	23
2.3 EVOLUCIÓN DE LA TELEVISIÓN EN CHIAPAS.	25
<b>CAPÍTULO 3 ANÁLISIS DE LA ORGANIZACIÓN Y DESCRIPCIÓN DE LA PROGRAMACIÓN DEL CANAL 5 XHDY DE TUXTLA GUTIÉRREZ, CHIAPAS.</b>	
3.1 PREÁMBULO.	30
3.2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.	32
3.2.1 DIRECTOR GENERAL.	33
3.2.2 GERENTE TÉCNICO.	33
3.2.3 GERENTE DE NOTICIAS.	33
3.2.4 GERENTE DE PRODUCCIÓN.	34
3.2.5 CONTADOR.	34
3.2.6 EJECUTIVO DE VENTAS.	34
3.2.7 CONTINUIDAD.	35
3.2.8 ASISTENTE.	35

3.2.9 CONDUCTORES.	35
3.2.10 REPORTEROS.	35
3.2.11 CAMARÓGRAFOS.	36
3.2.12 MASTER.	36
3.2.13 AUXILIARES.	36
3.2.14 GUIONISTA.	36
3.2.15 EDICIÓN.	37
3.3 ESQUEMA DE LA PROGRAMACIÓN SEMANAL.	38
3.3.1 CRITERIOS DE ANÁLISIS (PROGRAMAS)	39
3.3.2 CHESPIRITO.	39
3.3.3 REVISTA DE HOY	40
3.3.4 NOTICINCO DE LA TARDE.	40
3.3.5 MARÍA CELESTE.	41
3.3.6 EL SHOW DE CRISTINA.	41
3.3.7 EL SHOW DE SCOPY DOO.	41
3.3.8 CARRUSEL.	42
3.3.9 BUGS BUNNY Y SUS AMIGOS.	42
3.3.10 EL CHAVO DEL OCHO.	43
3.3.11 GUARDIANES DE LA BAHÍA.	44
3.3.12 NOTICINCO DE LA NOCHE.	44
3.3.13 PROFECO.	45
3.3.14 ZONA DE DIVERSIÓN.	45
3.4 ANÁLISIS GENERAL DE LA PROGRAMACIÓN	46

#### **CAPÍTULO 4 RESULTADOS.**

4.1 MARCO ANALÍTICO.	49
4.2 POBLACIÓN Y MUESTRA	50
4.3 DISEÑO DE LA ENCUESTA.	51
4.4 INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.	54

CONCLUSIONES.	69
---------------	----

NOTAS BIBLIOGRÁFICAS.

BIBLIOGRAFÍA.

## **INTRODUCCIÓN.**

El principal fenómeno de comunicación a nivel mundial en nuestros días lo constituye sin lugar a duda la televisión, sus características y cualidades son muy amplias ya que cuenta a diferencia de otros medios de comunicación, con las ventajas de imagen, color, sonido y movimiento que la hacen más atractiva.

Como es bien sabido, México es un país que cuenta con una población aproximada a los 90 millones de habitantes, quienes de una u otra forma se vinculan con el medio televisivo.

Los vertiginosos cambios que experimenta la civilización contemporánea, acompañados de la constante innovación tecnológica, el bajo nivel cultural y el escaso nivel económico del mexicano son algunas de las características relacionadas con el fenómeno televisivo.

La República Mexicana se encuentra dividida en 31 estados que conforman lo que se denomina la provincia. Así pues, en sus regiones se experimenta una gran diversidad de tradiciones, costumbres, modos de vida, sistemas económicos y de producción, los cuales deben de ser impulsados y dados a conocer por los medios masivos de comunicación.

Sobre esta perspectiva y como ya mencionamos, la televisión es un medio masivo con un importante nivel de penetración, por lo cual, es preciso que a través de ella los mensajes que se difundan correspondan en tiempo y horario al auditorio al que van dirigidos, ya sean adultos, jóvenes o niños. Cabe mencionar que estos últimos conforman una buena parte del auditorio y la mayoría de las veces se exponen a mensajes que no son los de su

agrado o preferencia, debido a que constituyen un auditorio pasivo que no puede elegir lo que quiere ver, ni el horario en que desea verlo.

Esta problemática se da principalmente en algunos estados de la república, uno de ellos es el estado de Chiapas, ya que tiene como opciones televisivas los canales de transmisión nacional y los que corresponden a la localidad. En el caso de los primeros, además de no cumplir con las expectativas del auditorio infantil, cuenta también con limitaciones geográficas que impiden enviar la transmisión a todas las zonas del Estado ocasionando que la única opción sea la transmisión local.

Así pues, esta investigación retoma tal situación que enfocamos por una parte al auditorio infantil de Tuxtla Gutiérrez, Chiapas, y por otra al canal denominado "XHDY canal 5", para medir "Las Preferencias del Auditorio Infantil Televisivo"; lo cual constituye el tema central de esta investigación.

Para la elaboración de la presente tesis se plantearon los siguientes objetivos: "conocer cuáles son los programas preferidos del auditorio infantil en Tuxtla Gutiérrez, Chiapas, que nos llevará a determinar si su barra programática es adecuada o no". Así pues, para el cumplimiento del objetivo anterior determinamos un objetivo más que consideramos importante y se basa en describir y analizar al canal 5 XHDY.

Por lo tanto, con el logro de estos objetivos el tema se justifica, pues su verdadera importancia radica en comprobar si la programación de este canal cumple con las expectativas y necesidades de entretenimiento e información, delimitándonos al auditorio infantil. Para ello se eligió a un grupo de niños para encuestar que se encuentran entre los 6 y 12 años, con el fin de conocer sus testimonios y en cierta forma medir la preferencia televisiva infantil.



Este trabajo también representa una investigación de audiencias. Con sus resultados aportaremos importantes elementos que podrán ser tomados en cuenta por el canal emisor y así rediseñar y reestructurar su programación, pues como dice Leonardo Corsio, “todo canal regional debe contar con tres elementos indispensables que son: un perfil propio, una programación específica y adecuada para un público determinado”; al final de la investigación haremos mención si el canal 5 XHDY cumple con estos tres elementos.

En consecuencia y partiendo de la hipótesis “La programación del canal 5 XHDY, cuya señal se emite en la ciudad de Tuxtla Gutiérrez, Chiapas y que llega a las diferentes regiones del estado, es poco adecuada ya que cuenta con una programación deficiente que no es apropiada para favorecer los gustos y preferencias de los niños aficionados a este medio masivo de comunicación”; se procedió a la investigación de campo que nos llevará a rechazar o aprobar la hipótesis anteriormente mencionada.

Debido a lo expuesto nos dimos a la tarea de investigar “Las Preferencias del Auditorio Infantil Televisivo de Tuxtla Gutiérrez, Chiapas. El caso del canal 5 XHDY”, para lo cual después de haber planteado el problema y haber formulado la hipótesis, diseñamos la estructura general que dió lugar al contenido temático que se conforma en cuatro capítulos que describiremos brevemente.

Iniciamos con un marco teórico que define los conceptos más frecuentes a utilizar, como: comunicación, televisión, y los géneros televisivos.

Posteriormente, en lo referente al capítulo dos denominado “Origen y Desarrollo de la Televisión”, se presenta un marco de la evolución del medio

televisivo desde su contexto mundial, nacional, hasta su desarrollo en Chiapas, ya que no podemos prescindir de las perspectivas históricas porque nuestro interés no es solamente conocer las condiciones en que se encuentra actualmente la televisión, sino también su evolución, o sea la manera en que este medio se ha ido desarrollando.

De esta forma y tomando en cuenta que el método utilizado para estructurar nuestro trabajo es el deductivo, es decir que va de lo general a lo particular, en el capítulo tres, se abordará la organización del canal 5 XHDY y así mismo, se presentará un análisis de su programación semanal para que posteriormente "atterizemos" en nuestro tema central de estudio.

Finalmente, pasaremos a la última etapa de nuestro trabajo en la cual explicamos el método que se utilizó para elegir el tamaño del grupo a encuestar para recabar nuestra información, así como la interpretación de nuestros resultados que presentaremos de manera porcentual, numérica y gráficamente, ya que nos conducirán a conformar nuestras conclusiones.

Por último, quisiéramos invitarlo a leer esta investigación que lo llevará a conocer las Preferencias del Auditorio Infantil Televisivo en Tuxtla Gutiérrez, Chiapas. El caso del canal 5 XHDY.

# CAPITULO 1

## **MARCO TEÓRICO: TELEVISIÓN Y COMUNICACIÓN.**

### **1.1 MARCO CONCEPTUAL.**

Por constituirse la **televisión y comunicación** como conceptos básicos en esta investigación a continuación presentamos su definición.

**La televisión** se define como un medio de comunicación masiva que domina el arte de producir instantáneamente o a distancia una imagen transitoria visible de una escena real o filmada de acuerdo a un sistema electrónico de telecomunicación que se transmite por medio de ondas hertzianas que se producen una vez que el haz ha traducido los puntos luminosos de la imagen en impulsos electrónicos, esta corriente es amplificada y transformada en las ondas hertzianas y se lanzan al aire a través de una antena emisora que las desplaza a la velocidad de la luz. Las ondas empleadas en televisión se desplazan en línea recta como la luz, y no pueden esquivar los obstáculos, se dice que la corteza terrestre es un buen conductor de ondas. El esquema del sistema de televisión es:

**Sistema de Análisis. → Sistema de Transmisión. → Sistema de Síntesis**

**Equivalente a:**

**Grabación → Difusión → Reproducción**

Que no es otra cosa que una forma simplificada de la conocida fórmula de la Teoría de la Comunicación. (1)

### **1.1.1 LA COMUNICACIÓN Y SU PROCESO.**

Por **comunicación** podemos entender al acto de relación entre dos o más sujetos, mediante el cual se evoca en común un significado.

Para un desarrollo más explícito sobre lo que es un proceso de comunicación es necesario separar dos conceptos generales **Proceso y Comunicación**, según lo citan diversos estudiosos de la materia.

Según Kats S. Chaím, en el **Diccionario Básico de la Comunicación**, "**Proceso** es todo lo que varía con el tiempo: la economía de un país, los fenómenos físico-químicos en un organismo vivo, la evolución natural. En términos más precisos, llamamos proceso a todo sistema cuya principal característica es el constante cambio". (2)

Florence Toussaint cita a Abraham Moles y dice que, "**La comunicación** es la acción que permite a un individuo u organismo, situado en una época y en un punto dado, participar de las experiencias-estímulos del medio ambiente de otro individuo o de otro sistema, situados en otra época o en otro lugar, utilizando los elementos o conocimientos que tienen en común con ellos. Esto quiere decir, según Moles, que dos individuos con diferente marco de referencias cada uno, pueden participar de un mismo programa televisivo sintiendo las imágenes que se proyectan y disfrutando de ellas". (3)

Pasemos ahora a la sustancia misma de este apartado, una vez que los conceptos de **proceso y comunicación** se han aclarado, podemos definir al **Proceso de Comunicación** como el fenómeno u operación en el cual dos entidades se comunican por medio de un instrumento o canal determinado para hacer común un mensaje o contenido específico.

Así pues, en la definición de **Proceso de Comunicación**, encontramos como mínimo tres elementos indispensables para que se pueda dar el fenómeno de comunicación: El emisor, el mensaje y el receptor.

De los cuales se han originado infinidad de modelos como el aristotélico que fue el primero en conocerse.

En su retórica, Aristóteles dijo que se tienen que considerar tres componentes en la comunicación:

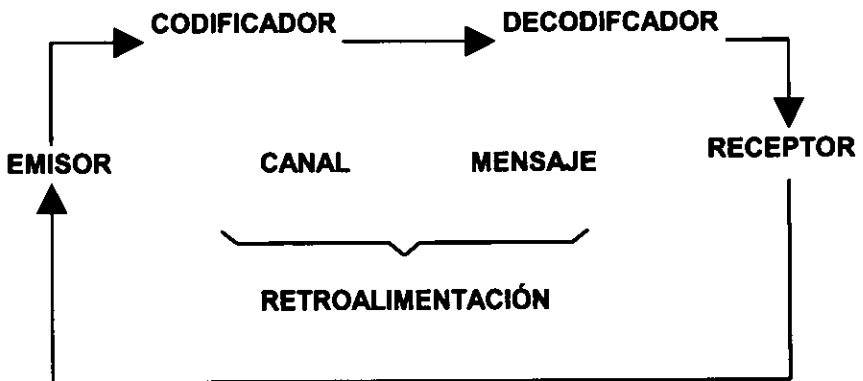
- \*El orador.
- \*El discurso.
- \*El auditorio. (4)

Quiso decir con esto, que cada uno de los elementos son necesarios para que la comunicación sea efectiva y que podamos organizar nuestro estudio del Proceso de acuerdo con las siguientes variables:

- 1.- La persona que habla.
- 2.- El discurso que pronuncia.
- 3.- La persona que escucha.

Aunque estos tres elementos no lo son todo en el Proceso, sí constituyen la base de otros modelos. Como a continuación se ilustra:

### MODELO BÁSICO DE COMUNICACIÓN.



Como la gráfica lo demuestra, el primer elemento dentro del proceso de comunicación es el **emisor**, fuente principal de la información el cual puede ser colectivo o individual, por ejemplo, un periódico, un canal de televisión, una estación de radio o simplemente cualquier persona que tiene la necesidad de comunicarse.

"Ahora bien, el proceso de la comunicación colectiva se desarrolla de igual forma que la comunicación interpersonal; la diferencia es el mayor número de individuos y elementos que intervienen en ella. La fuente transmite un cúmulo de mensajes en forma masiva, a un público distante y heterogéneo, que es el destino".(5)

Es decir que el emisor es el elemento encargado de iniciar el acto de comunicación.

Así pues, una vez dada la fuente, con sus ideas, necesidades, intenciones, información y un propósito por el cual comunicarse, se hace necesario un segundo componente; por lo tanto surge el **mensaje**, que se refiere al contenido que envía la fuente o emisor para ser recibido por el receptor o destino.

El mensaje se envía por un canal y puede tomar la forma de la tinta en el papel, de las ondas sonoras en el aire, de los impulsos de una corriente eléctrica, del simple movimiento de la mano o cualquier otra señal que tenga un significado que pueda interpretarse como lo afirma Wilbur Schramm en su libro **Mecanismos de la Comunicación**.

Por otra parte, David K. Berlo citado por González Alonso en **Principios Básicos de Comunicación**, dice que por mensaje se entiende la unidad, idea o concepto, que lleva en sí mismo una dosis de información útil como enlace o unión, entre el emisor y el receptor, en el supuesto de que ambos posean el código común que por consiguiente permita la decodificación.

Por lo tanto, sobre esta base es preciso también mencionar tres factores importantísimos que dan forma al mensaje.

- a) El Código.
- b) El Contenido.
- c) El Tratamiento.



“El **Código** es la forma en que será enviado el mensaje, es decir, el lenguaje que utilizamos para expresar algo, sea verbal o no verbal, utilizando signos y símbolos para que el receptor los descodifique (sic).

Por su parte, el **contenido** se relacionará directamente con la selección del material que sea de utilidad para poder expresar un propósito o un mensaje. Finalmente el **tratamiento**, es el modo en que el mensaje se presenta, la frecuencia con que se emite, el énfasis que se le da y lógicamente su intención”. (6)

Así pues, basándonos en estas concepciones podemos afirmar que el mensaje es de suma importancia, ya que carecería de sentido si no se tiene la verdadera intención de comunicar y llegar a un público específico como es el caso de la radio, la cual al llevar inmerso un proceso comunicativo, trata contenidos que codifica hacia sus receptores.

Respecto a todo lo anterior en cuanto al mensaje, Berlo nos dice en su libro **El Proceso de Comunicación** que los mensajes son eventos de conducta que se hallan relacionados con los estados internos de las personas: garabatos en papel, sonidos en el aire, marcas en la piedra, movimientos del cuerpo, ya que son los productos del hombre, el resultado de sus esfuerzos para codificar, es decir, cifrar o poner en clave común sus ideas. A menudo, dichos mensajes continúan existiendo aún mucho después de que sus autores hayan muerto.

Los mejores mensajes son la expresión de ideas, puestas en determinada forma que son tratados mediante el empleo de un código. Existen muchos códigos de la comunicación: símbolos visuales, gestos, señales con las manos, lenguaje, escritura, por lo que debemos elegir uno u otro código cada vez que nos comunicamos. El código que más comúnmente utilizamos es el verbal.

**Pero, ¿A dónde llega ese mensaje?**

**El destino o receptor (elementos del proceso que recibe el mensaje), puede ser una persona que escucha, observa, lee, un grupo que discute, una multitud en el fútbol, es decir, un grupo determinado que solemos llamar público perceptor. Otro ejemplo es el que lee el periódico o el que mira la televisión.**

**Pero no sólo eso, hablar de receptor implica volver al concepto de proceso, y también revisar la retórica aristotélica; ya que el receptor no es únicamente el destino, ni la persona que se halla en el otro lado del proceso.**

**“Aquel que en un momento es una fuente, ha sido un receptor. Los mensajes que emite están determinados por los que han recibido, por las fuerzas que le fueron impuestas es un momento anterior al de codificar. Lo mismo ocurre para el receptor. El también puede ser considerado como fuente durante el transcurso de una situación de comunicación dada, es frecuente que el receptor se comporte en ambas formas: como fuente y como receptor”. (7)**

**En otras palabras (según la cita anterior y con el fin de aclararla a lo que se refiere es que) un receptor deberá estar “capacitado” para fungir como tal o sea que si no posee la habilidad de escuchar, de leer y de pensar no estará listo o preparado para recibir y decodificar los mensajes que la fuente le ha transmitido.**

Por lo tanto, el receptor constituye el eslabón más importante en la comunicación, ya que si la fuente no lo llega a alcanzar con su mensaje, nunca existió la Comunicación Efectiva.

En resumen, el complemento de todo acto de comunicación, y además su razón de ser, es el receptor, ya que los mensajes en muchas ocasiones se elaboran según la imagen o concepto que del receptor se tiene y éste a su vez lo considera según la imagen o concepto del emisor, o sea que tanto la actitud como el nivel cultural de emisores y receptores influirá para la interpretación del mensaje.

Con base en lo anterior y en un terreno netamente televisivo, el receptor lo constituyen los televidentes, quienes son los destinatarios con diferentes gustos, preferencias y niveles de percepción, dando lugar a lo que se conoce como transmisión televisiva, es decir, "el conjunto de técnicas e instituciones dedicadas a transmitir música, mensajes y programas (géneros televisivos), por medio de ondas hertzianas, microondas o vía satélite". (8)

Hasta aquí podemos concluir que el proceso comprende tres etapas en la producción televisiva.

1o- Etapa.- La Emisión.

2o- Etapa.- La Transmisión.

3o- Etapa.- La Recepción.

Dichas etapas vienen a reafirmar porqué la comunicación (televisiva), constituye un proceso.

El problema en la comunicación surge cuando el emisor y receptor no comparten o no tienen en común el mismo código, por lo tanto surge la

necesidad de un codificador y un decodificador que algunos autores llaman cifrador y descifrador.

Este proceso comunicativo es puesto en marcha por todos los medios de comunicación y difusión, incluyendo principalmente los masivos como la televisión, la prensa y el cine.

Por **codificador**, podemos entender a todo elemento el cual traduce o transforma el mensaje según el formato que requiera el canal con el que enviará la señal que recibe el destino o receptor, en el caso de la televisión transformará la imagen y la voz en ondas hertzianas, las cuales viajan por el aire y son recibidas y transformadas a su código original por el **decodificador**.

### **1.1.2 LA TELEVISIÓN Y EL PROCESO DE COMUNICACIÓN.**

Después de haber expuesto el proceso de comunicación analizaremos a la televisión como proceso de comunicación.

La televisión posee efectos motivantes que aumentan el interés y la atención de los televidentes, porque le brindan la impresión de ser participante de ellos, de ocupar una primera fila en numerosas experiencias. Estas experiencias facilitan la comprensión del mensaje porque lo hacen más lúcido y más cercano a través de un lenguaje fácil y común.

Cloutier en el libro **‘Los medios de Comunicación y la Tecnología Educativa’**, los medios pueden emplear distintos lenguajes o formas de expresión para comunicar. La radio, las cintas y los discos hacen uso del lenguaje verbal o auditivo, en cambio, el empleo de la imagen en televisión

determina el lenguaje visual aunque también utiliza el auditivo, escrito y mixto (combinación de lenguajes). (9)

La televisión (emisor) conjunta el mensaje a través del lenguaje y lo difiere a un gran número de receptores, es decir; un emisor único por medio de los canales (televisores) difunde mensajes a millones de receptores. Pero para que dichos mensajes sean captados por el público (receptor) es necesario mostrar cómo opera la televisión: ya sea en transmisiones en vivo o videocintas previamente grabadas.

El primer paso consiste en convertir la energía luminosa en energía eléctrica y transformar los matices de las imágenes en variaciones de una corriente eléctrica. Esta función la lleva a cabo la célula foto eléctrica, como no se puede transmitir toda la imagen al mismo tiempo, las células se disponen por millares en una placa de mica o iconoscopio, lo cual da como resultado una imagen dividida en un gran número de puntos. Posteriormente, se realiza lo que se llama exploración: la cámara tomavistas, con el mismo orden en que se lee un texto, explora los puntos recorriéndolos con un haz electrónico, uno por uno y de renglón en renglón hasta llegar al pie de la imagen.

Dado que las imágenes son animadas, la transmisión se efectúa haciendo suceder numerosas imágenes por segundo. Así, en cuanto termina la exploración de una imagen, empieza por arriba de la siguiente, y así sucesivamente. (10)

Hemos hablado ya de cómo se integra un mensaje para que pueda ser transmitido y cómo se hace. Sin embargo, es de suma importancia conocer los pasos para que dicho mensaje pueda transmitirse a los telespectadores, a través de un aparato receptor (canal).

### 1.1.3 LA TELEVISIÓN COMO FENÓMENO SOCIAL.

“Hoy nos encontramos en lo que podríamos llamar la Generación de la Televisión. Se trata de una generación imposible de comparar con ninguna otra, puesto que este medio se ha convertido en el principal protagonista del tiempo libre, utilizándose como la más importante fuente de distracción e información. Nunca como hoy, el contenido de los mensajes de televisión; noticias, reportajes, variedades, caricaturas, etc., había llegado en volumen tan grande a un público tan numeroso.

La televisión es por excelencia el medio de información de las masas y bastante se ha hablado de la persuasión que este medio utiliza para producir cambios en actitudes o conductas a través de los diversos mensajes que transmite”. (11)

Por lo tanto, hablaremos de **persuasión**, ya que es un término importante dentro del proceso de comunicación en la televisión.

La **persuasión** es común en todas las situaciones de comunicación, ocurre en las relaciones interpersonales, en las situaciones de comunicación pública, en los pequeños grupos y en los medios de comunicación social.

En el caso de la televisión, la persuasión considera el empleo de símbolos verbales y visuales con la intención de producir un cambio en el telespectador. El material que transmite aquella podría calificarse en categorías, que van desde el realismo puro hasta la irrealidad social. Es decir, imágenes que son completamente independientes de toda preparación en cuanto a la producción, como lo son desastres naturales,

escenas de guerra y las obras de ficción (telenovelas, películas, caricaturas, programas de variedad etc).

Como mencionamos anteriormente, en la actualidad nos enfrentamos a lo que podría llamarse "la era de la televisión", época que se caracteriza en la mayor parte por exponer un tipo de ficción que llena el mayor tiempo libre de la sociedad en general.

Algunas personas opinan que la televisión es un medio excelente para comunicar, que ha absorbido en gran parte al público del cine; la gente puede ver cine por televisión, en cambio no puede ver televisión por medio del cine. También se comenta que promueve la unión familiar, ya que la familia se reúne para ver sus programas favoritos.

"Según las teorías de comunicación, las personas interpretan y le dan sentido a las imágenes televisivas de muy distintas maneras, según sea su edad, sexo, educación, clase social, raza, credo, etc". (12)

La televisión es el medio de información y entretenimiento que se encuentra más al alcance de la gente por tenerla en casa, disponible en todo momento. Como lo cita Jorge González Treviño en su libro *Televisión y Comunicación un Enfoque Teórico Práctico*:

"Por medio de los sentidos perceptivos que tenemos, la vista y el oído, toda persona se informa y entretiene, educa o recibe orientación; por esta razón, la televisión es el medio de mayor penetración del mensaje y quizá el de mayor influencia en la conducta del hombre" (13)

"Por otra parte, es importante mencionar que la televisión es también el medio más utilizado por los niños en México, quienes, permanecen

expuestos a ella mientras almuerzan, juegan o hacen tareas, además de tres a cuatro horas diarias que la ven sin realizar ninguna otra actividad".(14)

En el universo infantil, la televisión rellena gran parte del tiempo libre de un niño, por el que significa el blanco perfecto de los efectos que ésta produce.

El niño ve cualquier programa, ya sea dirigido a su edad o para adultos, privándolo de realizar otras actividades necesarias para su correcto desarrollo como son el juego, la lectura o el contacto familiar o social. Como en los tiempos en que las familias pasaban su tiempo libre haciendo deporte o saliendo de excursión.

En resumen, la televisión es controversial, por lo tanto, son muchos los puntos encontrados en cuanto a los efectos o consecuencias producidas por este medio sobre los televidentes. En realidad no se puede calificar a la televisión como buena o mala, si une o separa, informa o desinforma, orienta o desorienta, educa o entorpece, entretiene o aburre. Sin embargo, es sumamente importante mencionar, que nunca antes una imagen había recorrido tantos kilómetros y llegado a tantos lugares, a un tiempo y con tanto impacto. Conformando un fenómeno social de comunicación en nuestros días. En sí la televisión puede llegar a ser nociva de acuerdo al uso que se le dé.

#### **1.1.4 LOS GÉNEROS TELEVISIVOS.**

Es importante conocer la clasificación de los géneros en televisión para ubicar el espacio propio de nuestro tema. Así pues, mencionaremos los comúnmente aceptados por todas las cadenas de Televisión mundiales, esto es, programas-tipo en todos los géneros que cumplen unos ciertos



requisitos de estandarización y que responden a unos criterios de programación internacionalmente aceptados.

Dentro de la clasificación de los géneros periodísticos presentamos los siguientes:

#### **1.1.4.1 INFORMATIVO.**

Cada estación de Televisión difunde a través de dos, tres o cuatro ediciones diarias estos programas, cubren la más importante misión que tiene encomendada este medio: la de informar puntualmente sobre la actualidad, facilitando las imágenes y los sonidos que hagan posible su conocimiento más completo. Las fuentes de información de que se valen estos medios son de variada procedencia: los equipos de reporteros, corresponsales destacados en otras ciudades o cadenas estatales, los distintos centros emisores regionales y enviados especiales.

Dentro de este género Jorge Enrique González Treviño en su libro **“Televisión y Comunicación un Enfoque Teórico Práctico”** incluye la división siguiente:

**Noticiario:** Son pequeños cortes o bloques informativos dentro de la programación normal del canal, destinados a difundir información relevante al auditorio en breves períodos de tiempo. La estructura es casi siempre el locutor leyendo frente a la cámara una nota, que se apoya con algunas imágenes de archivo o captadas en el lugar de los hechos.

**Reportaje:** Como un apéndice del noticiario, surge el reportaje para ofrecer una ampliación de la información. Aquí un reportero y un equipo de trabajo (camarógrafo, editor etc...) investigan sobre cierto hecho tratando de

profundizar y encontrar las causas del mismo. Se utilizan formatos como la narración, entrevista, reconstrucción de hechos etc.

**Documental:** heredado del cine, el documental ofrece una investigación audiovisual, al igual que el reportaje, utiliza diversos formatos en los que se pueden incluir hasta dramatizaciones.

**Misceláneo:** Así se denominan todos los programas en donde se da información variada y se combinan formatos. Hay unos en donde se busca ofrecer al auditorio una combinación de información con entretenimiento, o donde se combina música con reportajes etc.

**Panel y Debate:** De moda en la actualidad, los dos tipos de programas se centran en invitados. Dependerá del tema el tratamiento: si es un tema controversial y se invita a personas de ideología opuesta, se garantiza un buen debate; si por el contrario, la finalidad sólo es informar pormenores de un tema de interés general, entonces se invitará al panel a expertos de diferentes especialidades para que la orientación se lleve a cabo.

#### **1.1.4.2 DRAMÁTICOS O DE FICCIÓN.**

Los programas dramáticos tienen una base literaria y se desarrollan de acuerdo a un guión, exigen un trabajo minucioso de preparación que supone además de los aspectos de ambientación, decorado y vestuario, los ensayos de interpretación con los actores y actrices, que son imprescindibles para el buen logro de la obra. Dentro de este género la relación cámara-interprete es fundamental, pues permite una aproximación al gesto del actor capaz de desmenuzar hasta límites increíbles todo el trabajo interpretativo.

En el caso de los programas de ficción se dice que pueden adquirir la forma de una serie (con un número determinado de capítulos) o bien constituir un espectáculo único, al modo de una obra teatral o cinematográfica.

En el libro **"Televisión y Comunicación un Enfoque Teórico Práctico"** Jorge Enrique González Treviño incluye en este apartado una sub división de este género y es:

**Telenovela:** En donde un grupo de actores presentan una trama que se va desarrollando en varios capítulos.

**Programa Cómico:** Los hay de diversos tipos, en donde un grupo de actores establece situaciones cómicas desde el punto de vista de la audiencia; pueden ser los mismos actores en varias situaciones en capítulos que inician y terminan, o bien, desarrollando una trama cómica en varios capítulos. También se encuentran los programas de Sketch en donde los actores desempeñan varias historias durante una misma emisión.

**Series:** Los mismos actores representan situaciones diferentes en capítulos que empiezan y terminan.

#### **1.1.4.3 LOS TELEFILMS.**

Son series televisivas de gran audiencia cuyos planteamientos, dramaturgia e incluso estética, se heredan de las formas más tradicionales del cine, con el que se enfrentan en abierta competencia.

#### **1.1.4.4 CONCURSOS.**

Ninguna emisora de televisión puede prescindir de algún programa de tipo concurso, ya que es uno de los géneros televisivos que atrae una audiencia numerosa y más cuando estos son aderezados con variedades. Así, se combina la exhibición de las habilidades de los concursantes con ciertas dosis de azar, más el estímulo del espíritu competitivo. Actualmente los telespectadores participan, ya sea vía telefónica o en directo.

#### **1.1.4.5 MUSICALES.**

Los programas musicales ocupan un lugar destacado en la programación. Preferentemente serán aquellos que hagan de la música un espectáculo. Hoy en día la televisión ha impulsado en este campo un producto que le es genuinamente propio: el video-clip, que no es más que un imaginativo ejercicio de visualización de una grabación musical, de una canción de moda.

Así pues, el video-clip constituye junto con los spots publicitarios el producto de imaginación y de la creatividad más desbordante, aliada con la tecnología de más reciente implantación.

#### **1.1.4.6 DEPORTIVOS.**

Este tipo de programas representan uno de los atractivos más fuertes de toda cadena de Televisión, ya que se presentan en todo el mundo sucesos deportivos singulares que motivan el interés de amplias capas de la población; así, la televisión hace eco de estas circunstancias y adopta la función de ser correa de transmisión de estos acontecimientos, que le

garantizan una alta audiencia. Las retransmisiones de eventos deportivos locales o estatales ocupan también buenas horas de programación.

Del mismo modo, las conexiones internacionales vía satélite acercan al espectador al conocimiento instantáneo de estos espectáculos por muy lejana que sea la geografía donde se desarrollan.

#### **1.1.4.7 INFANTILES Y JUVENILES.**

Finalmente, hablaremos del género que corresponde a nuestra investigación, los espacios dedicados a los menores y a los jóvenes, los cuales pueden adquirir las más diversas formas y opciones. Entre estas opciones encontramos el clásico programa infantil misceláneo que se compone de caricaturas, concursos, cápsulas educativas etc. La transmisión de este tipo de programas normalmente se hace en fines de semana o bien en periodos vacacionales, que es cuando se encuentran un mayor número de menores con el tiempo disponible para la televisión.

También se producen programas con un sólo fin ya sean didácticos, formativos, educativos, así como los de mero entretenimiento y distracción.

El contenido de los mensajes de estos programas deben de cumplir con un lenguaje sencillo, de gran colorido y una musicalización adecuada. (15)

Es precisamente sobre este último género sobre el cual, en los siguientes capítulos, se llevará a cabo el desarrollo y resultados de nuestra investigación.

# CAPITULO 2

## **ORIGEN Y DESARROLLO DE LA TELEVISIÓN.**

Los hombres han sentido desde muy remotos tiempos el deseo de poder ver los sucesos que en un momento dado ocurren en lugares lejanos. El teléfono y la radio fueron el resultado de esa inquietud que llevó a la ciencia y técnica a la creación de elementos tan útiles, ya que vinieron a ocupar en la vida diaria una finalidad muy importante: permitieron por medio de esos puentes invisibles que son las ondas electromagnéticas, el acercamiento entre los individuos y los pueblos a través de imágenes y sonido.

La televisión nació de la conjunción de tres series de descubrimientos: los que se refiere a la fotoelectricidad, es decir: 1) la capacidad de ciertos cuerpos de transformar, por radiación de electrones, la energía eléctrica en energía luminosa, 2) recíprocamente los descubrimientos de procedimientos de análisis de fotografías descompuestas y luego recompuestas en líneas de puntos claros u oscuros, 3) finalmente los descubrimientos que han permitido dominar las ondas hertzianas para la transmisión de señales eléctricas correspondientes a cada uno de los puntos de la imagen analizada. (16)

Las etapas de su evolución histórica a nivel mundial, nacional y local serán tratadas en este capítulo.

### **2.1 CONTEXTO MUNDIAL.**

La transmisión de imágenes fijas a distancia preocupaba a los investigadores europeos desde mitad del siglo XIX; pero no es sino hasta en 1920 del siglo XX cuando los tubos catódicos y las células fotoeléctricas se terminaban de afinar y se ofrecían dos vías para los investigadores en el análisis de las imágenes: la de la exploración mecánica por un haz

luminoso derivado del disco de Nipkow (17), y la de la exploración por un haz de electrones derivados de los trabajos realizados por Rosling (18). Fue la segunda vía quien dió mayores resultados cuando Vladimir Zworykin en 1927 perfeccionó el iconoscopio con el cual se equiparon las cámaras electrónicas y que ayudó a mejorar los tubos catódicos de los receptores.

Inglaterra: el televisor de John Baird perfeccionado en laboratorio en 1925, obtuvo su primera licencia experimental en 1926. Desde el 10 de septiembre de 1929 hasta 1937, Baird animó regularmente un programa, pero fue abandonado por la BBC, pues los trabajos de Mac Gee sostenidos por la filial Electrician Musical Industries, habían permitido realizar un sistema de T.V más fiable y perfeccionado.

En 1936, la BBC lanzó un programa público desde los estudios de Alexandra Palace. En 1939, dicho programa había captado 20.000 receptores en la región londinense, con 24 horas de programa por semana entre los cuales había ya grandes reportajes (coronación de Jorge VI).

El primero de septiembre de 1939, la guerra puso término a estas emisiones: la BBC tenía entonces la mejor y la más experimentada de las televisiones.

Estados Unidos: En 1927, la Bell Telephone Company realizó una de las primeras experiencias públicas de T.V. Posteriormente en 1935 la RCA creó una emisora en lo alto del Empire State Building en Nueva York con un número muy reducido de receptores.

Tras la entrada de Estados Unidos en guerra en 1942, el gobierno federal prohibió la fabricación de televisores.



**Francia:** En 1926 Eugene Belin y Howek lograron la recepción de imágenes en pantalla catódica, a partir de 1932 René Barthélemy desde la emisora instalada en la Escuela Superior de Electricidad, realizó un programa experimental de una hora por semana llamado "París Televisión". En 1935, pudo instalar un primer estudio teniendo como antena emisora la Torre Eiffel.

En 1937 el gobierno anunciaba el lanzamiento de una vasta red nacional de televisión, en 1939 las emisiones cesaron con el inicio de la guerra.

En otros países de Europa también se trabajó mucho sobre la televisión; en Alemania en 1936 los juegos Olímpicos de Berlín fueron televisados en directo a través de 25 salas de proyección pública. En Italia existía en 1940 una televisión experimental, en la entonces URSS, las primeras experiencias públicas de televisión datan del 1 de octubre de 1931 y en 1937 se instalaron con material electrónico dos estaciones en Moscú y Leningrado.

Después de la guerra la televisión comenzó a empezar prácticamente de cero, su estatuto fue calcado sobre el de la radio. El descubrimiento del magnetoscopio, en abril de 1956, permitió una mayor flexibilidad en la programación de las emisiones en diferido.

En 1947, la expansión de la televisión se reinició en el mundo por lo que corresponde a E.U, existían en 1952, 108 estaciones, 455 en 1955, 580 en 1960 a la par el número de receptores ascendió de 30.000 en 1947 a 34.7 millones en 1961 (19).

En Inglaterra la BBC retomó sus emisiones en junio de 1946 con la transmisión de programas relativos a las obras de la literatura británica. En

1955 comenzaron las emisiones de la nueva cadena Independent Television Authority.

En 1943 la televisión también se reanudó en Francia, teniendo como antecedente una emisión experimental en 1945, en octubre de 1947 la programación se hizo regular con doce horas por semana, pero a comienzos de 1949, hubo un segundo de 819 líneas perfeccionadas por Henri de France, este fue el verdadero comienzo de la nueva televisión.

En Alemania fueron los institutos de radio los que patrocinaron el renacimiento de la T.V; en Hamburgo en 1950, en Berlín en 1951 y el Polonia en 1952. El éxito fue decisivo en número de receptores llegó a 1.2 millones en 1957 y 4.6 millones en 1960 (20).

En Italia, la RAI se interesó también en la T.V a partir de 1941. Los primeros programas fueron emitidos en 1952, pero es en enero de 1954 cuando se transmitieron los programas nacionales.

En 1953 comenzaron las emisiones en Dinamarca, Bélgica, Polonia, Checoslovaquia, Austria, Luxemburgo, Mónaco, España, Suecia; en 1957 Portugal; 1958, Suiza, Finlandia, Yugoslavia, Rumanía, 1959, China, 1960 Noruega.

En lo que se refiere a América Latina Brasil y México comenzaron en 1950, Argentina en 1951, Venezuela 1952 y Canadá en 1953.

## **2.2 DESAROLLO DE LA TELEVISIÓN EN MÉXICO.**

Los primeros experimentos de emisiones televisivas producidas en suelo mexicano hacen su aparición en 1945 cuando experimentados técnicos en sonido tienen éxito en la proyección de imágenes.

En octubre de 1947, Salvador Novo viajó a los Estados Unidos y Gran Bretaña comisionado por el gobierno de Miguel Alemán Valdés. Novo fue a "observar y estudiar la televisión con la mira de llevar a argumentos imparciales y objetivos a propósito para determinar cuando llegara a México si sería comercial o de empresa privada como en los Estados Unidos o de Estado como en Europa".(21)

El gobierno de Miguel Alemán Valdés (1946-1952) es decisivo para el crecimiento y consolidación de la televisión. Durante su mandato, el 11 de febrero de 1950 por decreto se fijan las normas a las que se sujetarán en su instalación y funcionamiento las estaciones de televisión.

Con la difusión del cuarto informe al Congreso de la Unión (1950), el presidente Miguel Alemán declaró inaugurada formalmente la televisión en México.

El gobierno de Adolfo López Mateos (1958-1964) decide ejercer un dominio significativo y establece, mediante una ley federal promulgada el 29 de diciembre de 1961, que el espacio donde se propagan las ondas electromagnéticas es propiedad de la nación y por lo tanto será el Estado el encargado de otorgar el permiso y concesión para utilizarlas.

El gobierno de Gustavo Díaz Ordaz (1964-1970), específicamente en 1968, otorgó la concesión para un canal de televisión al grupo industrial de

Monterrey denominado canal 8. Al siguiente año se publica el acuerdo para integrar la red federal de estaciones oficiales de televisión asignando 37 canales distribuidos en el país.

El 15 de marzo de 1972, durante el mandato de Luis Echeverría (1970-1976), el gobierno mexicano adquirió el canal 13 de la televisión capitalina. Unos meses antes, la financiera estatal (SOMEX) Sociedad Mexicana de Crédito Industrial había comprado el 72% de las acciones de esa televisora, entonces en manos de particulares, después con la adquisición del resto se inauguró una nueva etapa de la televisión de México ( 22).

El 21 de marzo de 1972, se pone en marcha el plan para el desarrollo de la televisión rural. Así es como el 2 de mayo del mismo año, el Diario Oficial publica el decreto por el cual se autoriza a la Secretaría de Comunicaciones y Transportes ejecutar el plan y proyectos de televisión rural, según el cual el Gobierno Federal puede producir o seleccionar los programas que estime adecuados para hacerlos llegar a las zonas rurales cubiertas que se encuentran próximas a las estaciones de T.V que ya funcionan. Posteriormente ese proyecto se convirtió en Televisión Rural de México.

En los primeros días de diciembre de 1972 se anuncia la fusión de Telesistema Mexicano (canal 2.4.5) y grupo Monterrey (canal 8) en una misma sociedad llamada "Televisa" S.A que comienza su emisión a partir de 1973.

Durante los siguientes años han habido muchos cambios. Canales comerciales que pasan a culturales y viceversa, se han lanzado los satélites de transmisión Morelos y Solidaridad, se renuevan concesiones, nace y muere CAMPAE, surge Imevisión con los canales 7 y 13 que posteriormente se privatizan y concesiona para convertirse en Televisión Azteca.

En general, la televisión en México ha pasado por un proceso de cambios y ajustes técnicos y de manejo que se pueden catalogar como lógicos debido a su rápido crecimiento.

### **2.3 EVOLUCIÓN DE LA TELEVISIÓN EN CHIAPAS.**

El Estado de Chiapas durante su historia ha sufrido diversos cambios de tipo político, económico y social. Actualmente el estado se encuentra en una situación difícil que en buena parte se ha derivado por la escasez de formación cultural, educativa.

En nuestra opinión los empresarios de la comunicación sólo se encuentran en el ramo del periodismo escrito y la radio que se han enriquecido de manera extravagante ante una pobreza como la de Chiapas, olvidando que también existe otro medio de comunicación como la televisión, las existentes por su escasez de recursos técnicos y económicos emiten una producción pobre en el aspecto educativo y cultural.

Estos empresarios del periodismo escrito y la radio se han relacionado con los grupos gobernantes que han sido fundamentales para mantener sus medios en circulación y para acrecentar sus fortunas, cambiando de adscripción política con suma facilidad y al ritmo de los cambios en el gobierno.

Así, la política y economía en Chiapas son terrenos de poder de unos cuantos entrelazados por intereses, mismos que han formado círculos cerrados e impenetrables que hacen difícil la superación de todos y esto explica mucho lo sucedido el 1o de enero de 1994, pues la falta de servicios, comunicaciones y, sobre todo, de interés, tanto del gobierno

federal como estatal y los círculos de poder que llevaron a los grupos desprotegidos a manifestarse por medio de la violencia.

Así pues, vemos que el campo de la comunicación en el Estado se ha inclinado por el periodismo escrito y la radio esto se demuestra por el tiempo de existencia de estos, en cambio al televisivo poco se le ha tomado en cuenta por los grupos inversionistas lo que ha dado como resultado que los dos canales locales, el canal 5 de Chiapas y el 10 La Señal Informativa probablemente no cumplan con las expectativas que la sociedad espera de ellos.

Primero hablaremos del canal 10, la señal informativa que pertenece a la compañía denominada "Red Radio Chiapas, S.A de C.V", la cual tiene bajo su tutela tres estaciones radiodifusoras y un canal de televisión. Esta empresa televisiva realizó su primera transmisión el día 13 de septiembre de 1993, durante el gobierno de Elmar Setzer Marseille.

En esta época, el canal dependía totalmente de la Coordinación de Comunicación Social del Gobierno del Estado de Chiapas, la cual es dirigida por la licenciada Guadalupe Alejandra Ruiz Narváez.

En sus inicios solamente se transmitía programación de 7 a 10 de la mañana y de 7 a 10 de la noche. La programación estaba constituida básicamente por los noticieros denominados "Telediario A.M". y "Telediario P.M", el primero conducido por el Lic. Víctor Cancino Villar y Perla Guerrero Esponda, mientras que el segundo era conducido por Guadalupe Ruiz Narváez.

El 15 de Septiembre del mismo año, el canal realiza su primera transmisión a control remoto llevando al pueblo chiapaneco la ceremonia del grito de

Independencia, el cual fue dado por Elmar Setzer. Es sobresaliente mencionar que durante esta época tan sólo se tenía un transmisor de 1000 Watts, y la antena se encontraba en los altos del Teatro de la Ciudad "Emilio Rabasa", y la cobertura era exclusivamente en Tuxtla Gutiérrez.

El 22 de noviembre de 1993; es otra de las fechas importantes para el canal 10, la barra programática aumentó a 10 horas con 30 minutos. Así, la programación iniciaba a las 7:00 A.M y cerraba a las 10:00 A.M, continuaba a las 4:30 P.M y concluía a las 23:00 horas.

Esta fecha también marcó el inicio de la nueva repetidora del canal 10, la XHSCL San Cristóbal de las Casas, la cual permitió ampliar la cobertura del canal para la mayor parte de la zona de los Altos de Chiapas. Para el mes de enero de 1994, la cobertura creció nuevamente, poniéndose en funcionamiento la XHTAA, canal 2 de Tapachula, lo cual permitió llegar a la entonces denominada "Señal de Chiapas", a la mayor parte de la zona costa del Estado.

El tiempo de transmisión se mantuvo durante el resto de 1993, y no fue sino hasta el 21 de agosto de 1994 cuando se pudo llevar a cabo la transmisión consecutiva desde las 7 de la mañana hasta las 11 de la noche, llevando así a la población chiapaneca 16 horas consecutivas de programación, hecha en su 70% por la misma televisora.

Cabe mencionar, que en el mes de abril 1995, durante el mandato del entonces gobernador interino Javier López Moreno, se crea una empresa paraestatal denominada "Red Radio Chiapas S.A de C.V", la cual separa al canal 10 y sus repetidoras de la Coordinación de Comunicación Social del

Gobierno del Estado de Chiapas, quedando como gerente general de la empresa el Lic. Armando Rojas Arévalo que también fungía como Coordinador de Comunicación Social.

Dentro de los planes que dicha empresa tiene junto con el canal 10 para el futuro, se encuentra la puesta en marcha de un nuevo canal filial en la ciudad de Tapachula, el cual tendría algunas horas de programación propia y complementaría su barra enlazándose con canal 10 de Tuxtla.

Otro de los planes a mediano plazo es llevar la señal vía satélite mediante un convenio con otros tres estados del sureste del país que son: Campeche, Yucatán y Quintana Roo; esto través de un contrato con el satélite Solidaridad 2.

Este satélite ofrece la posibilidad de utilizar una sólo frecuencia por medio de un esquema llamado Señal Comprimida, lo que permite abaratar costos en la transmisión y llegar a un mayor número de lugares, debido a que, con el equipo que existe no se puede cubrir actualmente, la geografía estatal por lo difícil de su topografía, y esto, mediante el sistema de microondas, es mucho más complicado y costoso.

Dentro de la producción de este canal no hay diversidad de géneros, ya que la Secretaría de Comunicaciones y Transportes sólo autorizó programas culturales, y en cuanto a la sección infantil no se incluyó por la situación económica restringida de los accionistas.

En la actualidad, el canal 10 al no poder cubrir los gastos que generaba el canal por el grupo de accionistas que lo integra, logró el apoyo de gobierno del Estado para subsistir quedando de la siguiente manera: (23)



51% Acciones de Gobierno.

49% Accionistas Privados.

El canal 5 local hace su aparición en 1990(no se sabe la fecha exacta), su señal llega a todos los hogares en el Estado de Chiapas enlazándose con la televisora del canal 9 de Villahermosa Tabasco. Su finalidad principal de transmitir noticiarios y programas infantiles. En el caso del primero se transmite a la 1:30 P.M y 8:00 P.M conducido por Rodolfo García del Pino; en cuanto a los programas infantiles únicamente adoptaron el derecho del video (caricaturas) que se proyectan dentro de una Barra Infantil con un horario de 4:30 a 5:30 de lunes a viernes conducido por el payaso "Yin Pin"; este programa es el de mayor rating del canal, pues actualmente recibe 600 llamadas procedentes de diversos municipios del Estado (la información anterior fue proporcionada por el director del canal en entrevista)

# CAPITULO 3

## **ANÁLISIS DE LA ORGANIZACIÓN Y DESCRIPCIÓN DE LA PROGRAMACIÓN DEL CANAL 5 XHDY DE TUXTLA GUTIÉRREZ CHIAPAS.**

### **3.1 PREÁMBULO.**

Dentro de este capítulo analizaremos la unidad propia de nuestro estudio, que es el canal 5 XHDY de Tuxtla Gutiérrez, Chiapas.

En lo referente a los inicios del canal 5, consideramos importante señalar que el señor Jesús Partida fue el fundador de dicho canal. El 15 de octubre de 1979, inició sus operaciones un año después en el mes de noviembre de 1980. En ese entonces funcionaba como repetidora del canal 4 del grupo Televisa.

Más adelante (en la información proporcionada por el canal no tenían la fecha exacta), el canal (5 XHDY) pasa a formar parte del grupo de Tele Emisoras del Sureste S.A de C.V el cual cuenta con una cobertura que abarca los estados de Tabasco, Chiapas, Sur de Veracruz y Suroeste de Campeche. Cabe mencionar que este canal es subsidiado por la venta de publicidad.

Dentro de su nueva etapa se dan cambios considerables de su barra programática. Por ejemplo, desarrollan la producción con la transmisión en 1991 del programa infantil "Zona de Diversión", el cual es producido hasta la fecha por el payaso "Yin Pin".

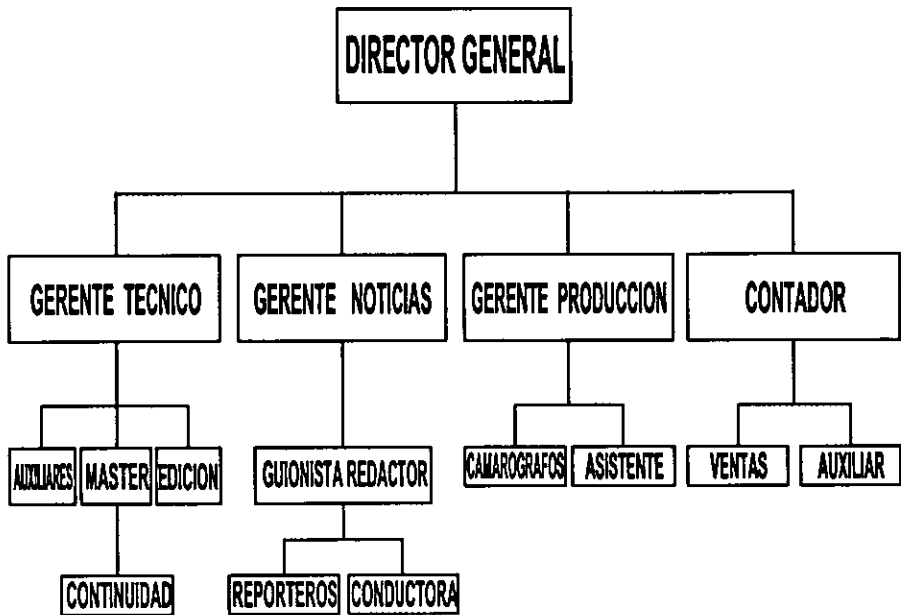
Posteriormente este canal produce el primer noticiero estatal de transmisión televisiva el cual denominan "Noticinco", cuya emisión fue el 23 de noviembre de 1994, bajo la conducción del Sr. Rodolfo García del Pino.

La estructura del resto de su programación es elegida en las oficinas del canal 9 de Villahermosa Tabasco, este mismo canal cuenta con un convenio con Televisa que les proporciona una serie de programas que conforman la barra programática del canal 5 y presentaremos en el siguiente apartado. (24)

En el siguiente apartado se presentará la organización del canal 5 XHDY, primero de una manera gráfica y posteriormente de forma teórica.

### 3.2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

PARA PODER CONOCER LAS AREAS O DEPARTAMENTOS QUE INTEGRAN LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DEL CANAL 5 XHDY DE TUXTLA GUTIERREZ, CHIAPAS. A CONTINUACION ILUSTRAMOS EL ORGANIGRAMA DE ESTA EMPRESA.



( FUENTE: LIC.. CARLOS G. HERNANDEZ MARTINEZ )

DIRECTOR GENERAL

Con base en lo anterior, a continuación se describen cada una de las funciones que presentamos por medio del organigrama que cubre los puestos más importantes del canal 5 XHDY.

### **3.2.1 DIRECTOR GENERAL**

Su función es dirigir en forma conjunta a todo el personal de la empresa, esta persona piensa, coordina controla y ejecuta todas las acciones de administración y dirección, delegando responsabilidades a su personal. Sobre el recae toda la responsabilidad del éxito o fracaso del canal.

### **3.3.2 GERENTE TÉCNICO**

Esta actividad constituye la coordinación general de los recursos técnicos de la emisión de la señal desde su origen hasta su destino, esta persona se encarga del control técnico del master así como de la post-producción de programas y anuncios comerciales.

### **3.2.3 GERENTE DE NOTICIAS.**

Su labor principal es cien por ciento periodística, coordina a los reporteros, redactores y conductores así como también a los camarógrafos, en ocasiones reportea y solicita y sugiere diversos temas que conforman los noticiarios del canal los cuales están estrictamente bajo su responsabilidad.

En otras palabras el gerente de noticias es también un productor con amplia trayectoria en el periodismo televisivo por lo que debe dominar al máximo la totalidad de los géneros periodísticos.

### **3.2.4 GERENTE DE PRODUCCIÓN.**

Sobre esta persona gira todo lo relacionado al diseño de las imágenes de los programas y anuncios comerciales que en este canal se producen, su labor es de creatividad y coordinación, conoce el manejo de todo el cuerpo técnico, elaboran guiones y story board, produce los programas del canal, esta persona dirige y supervisa a camarógrafos asistentes, floor managers y personal que participan en la producción como actores, música etc...

### **3.2.5 CONTADOR.**

Es la persona encargada de manejar, los ingresos y egresos de la empresa así como llevar la nómina y el manejo completo de los recursos económicos como pagos a proveedores y hacienda entre otros, dentro de su grupo de apoyo cuenta con un auxiliar, una secretaria, y un cobrador.

### **3.2.6 EJECUTIVO DE VENTAS.**

Su actividad principal es promover las ventas de los espacios comerciales de la programación del canal, así como también espacios para la producción de ciertos programas.

### **3.2.7 CONTINUIDAD.**

Este departamento se encarga de estructurar la programación en orden de aparición de acuerdo a la barra programática, anuncios comerciales, propaganda, cortes de estación o identificaciones del canal programado, los comerciales en el horario en el cual el cliente los solicitó. De su labor depende que los programas inicien a la hora indicada y no exceda del

tiempo programado dándole continuidad a la barra propiamente dicha. Esta labor tiene estrecha relación con el master.

### **3.2.8 ASISTENTE.**

Esta persona puede funcionar en el área de producción o dirección, o ambos, se espera que sea un verdadero apoyo en la realización de las diferentes etapas de la producción; dentro de sus actividades principales se encuentra la de realizar las citas de las personas que intervendrán en la producción, supervisar el material de apoyo etc... En la transmisión de los programas en vivo su papel es importante ya que sirve de enlace entre director y productor y el resto del personal.

### **3.2.9 CONDUCTORES.**

Son las personas que tienen como principal actividad la de conducir algún programa en particular. Quienes llevan al televidente de un lugar a otro dentro del programa para que su atención no se pierda y además debe de cuidar el ritmo e interés.

### **3.2.10 REPORTEROS.**

Son quienes se encargan de investigar los hechos que se convierten en noticias, cubren actos o la fuente que les es asignada por medio del departamento de noticias al cual tiene que entregar su información para que sea revisada y autorizada para su transmisión.



### **3.2.11 CAMARÓGRAFOS.**

Es el personal indicado para llevar a cabo las actividades operacionales como realizar las grabaciones diarias de apoyo a la información, en esta área también les compete la organización del archivo visual. Por otro lado realiza la captación de imágenes de alguna producción.

### **3.2.12 MASTER.**

Es la persona que se encarga de llevar el control de la consola o master en la cual se manejan las entradas de audio y video, debe de estar perfectamente bien coordinado con el Floor Manager, el conductor o actor por medio del guión para llevar el orden de la toma o escena.

### **3.2.13 AUXILIARES.**

Personal capacitado que participa como apoyo en una área determinada.

### **3.2.14 GUIONISTA.**

Es quien crea y elabora el programa sobre un papel, debe de ser una persona creativa que sepa transformar ideas, conceptos y situaciones en imágenes que sepa disponerlas, explotarlas, reinventarlas; no sólo debe saber escribir correctamente sino que tiene que ser capaz de hacer hablar a las imágenes, a los silencios, a las pausas.

### **3.2.15 EDICIÓN.**

La persona que realiza esta actividad, básicamente es quien lleva a cabo la post-producción, en esta última etapa de la producción se acomodan las imágenes de acuerdo al audio ya sea la música, voces y efectos respetando el orden que haya determinado el director en la hoja de edición.

### 3.3 ESQUEMA DE LA PROGRAMACIÓN SEMANAL

HORARIO	PROGRAMA	LUNES	MARTES	MERCOLES	JUEVES	VIERNES	SABADO	DOMINGO
12:00	CHESPIRITO	X	X	X	X	X		
12:30	REVISTA DE HOY	X	X	X	X	X		
13:30	NOTICINCO	X	X	X	X	X		
14:30	MARÍA CELESTE	X	X	X	X	X		
15:30	EL SHOW DE CRISTINA	X	X	X	X	X		
16:30	EL SHOW DE SCOPY DOO	X	X	X	X	X		
17:00	BUS BUNNY Y SUS AMIGOS	X	X	X	X	X		
17:30	CARRUSEL	X	X	X	X	X		
18:30	EL CHAVO DEL OCHO	X	X	X	X	X		
19:00	GUARDIANES DE LA BAHÍA	X	X	X	X	X		
20:00	NOTICINCO	X	X	X	X	X		
21:00	CINEMA CINCO	X	X	X	X	X		
23:00	SERIE	X	X	X	X	X		
12:00	PROFECO						X	
13:00	ZONA DE DIVERSIÓN						X	
15:00	PELÍCULA ESPECIAL						X	
16:30	TRUENO EN EL PARAÍSO						X	
17:30	FUT-BOL						X	
19:30	PROYECCIÓN TOTAL						X	
20:30	FUT-BOL						X	
23:30	PELÍCULA ESPECIAL						X	
12:30	PELÍCULA							X
15:00	PELÍCULA							X
18:00	PELÍCULA							X
20:00	PROYECCIÓN TOTAL							X
21:00	HISTORIAS ASOMBROSAS							X
22:00	PELÍCULA							X

Fuente: Autoras.

### **3.3.1 CRITERIOS DE ANÁLISIS (PROGRAMAS).**

Para poder efectuar el análisis programático consideramos los siguientes criterios en cada uno de los programas: Horario, Periodicidad, Temas y Conducción.

La programación del canal 5 XHDY es repetitiva de Lunes a Viernes con la única variante de los dos últimos espacios que regularmente se ocupan para la transmisión de Deportes, Películas o Eventos Especiales. En lo referente a los fines de semana la programación varía dependiendo de los eventos deportivos del momento.

Con base en lo anterior, determinamos realizar nuestro análisis de una manera general, pues al detallar día a día caeríamos en la repetición.

La programación de canal 5 XHDY comienza sus operaciones de transmisión con el himno nacional a partir de las 12:00 hasta las 22:00 o 23:00 horas que cierra igualmente con el himno nacional, de lunes a domingo.

A continuación presentaremos el análisis de la programación semanal, por programas de acuerdo al orden en que se presentan en la barra programática.

### **3.3.2 CHESPIRITO.**

Programa correspondiente al género dramático en su división de cómicos. Su nombre se debe al seudónimo de su autor y actor principal, Roberto Gómez Bolaños, el cual se caracteriza por diversos personajes como: El Chapulín Colorado, Los Caquitos, Chaparrón Bonaparte y El Chavo del

Ocho. Vale la pena mencionar que el nombre de Chespirito es una derivación de Shakespeare. Respecto al horario es de 12:00 a 12:30 horas de lunes a viernes.

Este programa se anuncia como "El Mejor Programa Humorístico de la Televisión", presentando situaciones cómicas que probablemente no son comprendidas por todos los menores ya que se maneja el doble sentido, cumpliendo así con la función de entretener y divertir.

### **3.3.3 REVISTA DE HOY.**

Programa que pertenece al género informativo en su división de misceláneo. Se transmite de 12:30 a 13:30 de lunes a viernes. Como su nombre lo indica, es una revista televisiva de contenidos diversos como entrevista, segmentos musicales, información y comentarios. La conducción está a cargo de Abelardo Romeyon Jicano e Ib del Monte Manzano va dirigido principalmente a las amas de casa.

El programa es producido y transmitido en vivo desde la ciudad de Villahermosa, Tabasco; cumple con las funciones de informar y entretener, una de sus características es la retroalimentación del auditorio por medio de llamadas telefónicas y correspondencia.

### **3.3.4 NOTICINCO DE LA TARDE.**

Pertenece al género informativo y su horario es de 13:30 a 14:30 de lunes a viernes. Presenta noticias nacionales y locales, además de reportajes y entrevistas de interés estatal. Es conducido por Michel Ordoñez y Valente Molina. Este noticiero cubre las necesidades informativas de la sociedad

chiapaneca, ya que la mayor parte de su información se basa en los sucesos que se generan en la entidad.

### **3.3.5 MARÍA CELESTE.**

Telenovela venezolana pertenece al género dramático, su transmisión es de 14:30 a 15:30 horas. La temática de esta telenovela se basa en la clásica relación de intrigas y envidia entre dos hermanas que se disputan el amor del protagonista, la víctima de todo es obviamente María Celeste quien tiene que sacrificar su amor por el galán de la Telenovela.

### **3.3.6 EL SHOW DE CRISTINA.**

Corresponde al género informativo en su modalidad de Panel y Debate. Su horario es de 15:30 a 16:30 de lunes a viernes, siendo este inadecuado ya que a esta hora los niños ven la televisión y se exponen a temas en ocasiones crudos y morbosos que pueden lesionar su integridad moral. Su objetivo principal es el de orientar, aunque está muy lejos de lograrlo.

Su conductora es Cristina Saralegui, quien cuestiona un panel y recibe las opiniones de los invitados respecto a un tema específico, causando polémica entre los panelistas, especialistas del tema y el público presente.

### **3.3.7 EL SHOW DE SCOPY DOO.**

Programa de Dibujos Animados del género infantil y juvenil. Se transmite en un espacio de 30 minutos, de 16:30 a 17:00. Tiene un horario adecuado para que sea visto por niños de diversas edades, su periodicidad es diaria, de lunes a viernes.

Se basa en las aventuras de un perro Gran Danés al cual le atribuyen características humanas, como hablar, tomar decisiones etc... Normalmente los amigos del perro se encuentran en peligro, lo que vuelve los capítulos emocionantes. Por lo anterior, determinamos que este programa cumple con el objetivo de entretener y divertir.

### **3.3.8 CARRUSEL.**

Telenovela que corresponde al género dramático. Su horario de transmisión es de 17:30 a 18:00 horas, con una frecuencia diaria de lunes a viernes. La historia se desarrolla en una escuela primaria y la protagonista es Gabriela Rivero, quien caracteriza a la maestra Jimena, personaje que proyecta ternura, amor, comprensión y atención a los niños, ayudándolos en las diversas situaciones que viven los alumnos en sus diferentes niveles sociales, provocando que el auditorio se identifique con algunos de los personajes y de los problemas que presentan.

### **3.3.9 BUGS BUNNY Y SUS AMIGOS.**

Programa presentado en el género infantil y juvenil. Se transmite en el horario de 17:00 a 17:30 horas de lunes a viernes. Este constituye la hora "estelar" vespertina y el auditorio infantil es potencialmente mayor al de otros horarios.

Esta serie animada tiene como personaje central a un conejo (Bugs Bunny) que ocasiona diversas situaciones y estrategias para burlarse del segundo personaje en importancia llamado Elmer, el cual tiene que soportar las peripecias que el conejo realiza para poder robar las zanahorias, sacando de quicio a Elmer, quien nunca puede impedir que Bugs Bunny se salga con la suya.

Así pues, este programa del género Dibujos Animados cumple con las funciones de divertir y entretener al público, mayormente integrado por niños.

### **3.3.10 EL CHAVO DEL OCHO.**

Consiste en una serie del género dramático que se proyecta a las 18:30 y tiene una duración de 30 minutos. Ahí se presentan diversas situaciones cotidianas de una vecindad en la que habitan personajes muy peculiares.

El personaje principal es el El Chavo del Ocho -Roberto Gómez Bolaños- quien vive diversas aventuras chuscas al lado de otros miembros de esa vecindad típica de la ciudad de México, como La Chilindrina, La Popis, Kiko, Doña Florinda, El Profesor Jirafales, La Bruja del 71, El Señor Barriga y Ñoño. Estos dos últimos son los dueños de la vecindad y reflejan el contraste social que trata de divertir y mostrar que las diferencias económicas no limitan la amistad.

Es característico de este programa es que ninguno de los niños que integra el cuadro de personajes cuenta con una familia bien integrada. Por lo tanto, no refleja la unidad familiar, ni la armonía en su contexto, pues carecen de muchas cosas. Aunado a lo anterior, son niños que constantemente le faltan el respeto a sus mayores por medio de la burla, travesuras y juegos de palabras en doble sentido, lo cual puede causar el efecto de imitación en los menores.

Su función específica es la de divertir y lo siguen haciendo, no obstante de ser programas también constantemente repetidos en muchos años por el canal titular en derechos.



### **3.3.11 GUARDIANES DE LA BAHÍA.**

Serie policiaca del género dramático, transmitida de 19:00 a 20:00 horas. Presenta a un grupo de jóvenes salvavidas que vigilan el orden y seguridad de los bañistas en determinada playa, enfrentando diversas problemáticas en cada emisión, las cuales siempre resuelven.

Este programa sigue la estructura tradicional americana de inicio, desarrollo, climax y final, ya que cada capítulo es una historia diferente.

### **3.3.12 NOTICINCO DE LA NOCHE.**

Pertenece al género informativo en horario nocturno de las 20:30 a las 21:00 horas, de lunes a viernes. Presenta primordialmente noticias nacionales y locales, además de reportajes y entrevistas de interés estatal, es conducido por Rodolfo García del Pino.

La barra programática transmitida por este canal presenta una modificación en las dos últimas horas de su transmisión debido a que no hay una programación establecida ya que se encuentra sujeta a cambios de acuerdo a los eventos especiales ya sean deportivos o de espectáculos del momento tanto locales nacionales e internacionales.

Los programas descritos anteriormente conforman la barra programática completa únicamente de lunes a viernes. El espacio que corresponde a sábados y domingos se encuentra estructurado con otra programación que a continuación exponemos.

### **3.3.13 PROFECO.**

Pertenece al género informativo, es una producción de la Procuraduría Federal del Consumidor y se transmite los sábados de 12:00 a 12:30 con el fin de orientar al consumidor respecto a la calidad de los bienes y servicios que se encuentran en el mercado presentando un análisis de diversas marcas así como la comparación de precios entre un producto y otro.

La transmisión de este programa es importante por qué proporciona la información necesaria para que la sociedad esté orientada de como debe de realizar sus compras, para el beneficio de su economía.

### **3.3.14 ZONA DE DIVERSIÓN.**

Este programa es una composición del género misceláneo e infantil, se conforma de diversas secciones de entretenimiento para los niños, es transmitido de 13 a 15 horas los sábados bajo la conducción del payaso "Yin Pin" que presenta concursos, dibujos animados y aventuras.

La producción de este programa es en vivo y cuenta con la participación de niños que asisten al estudio. Vale la pena mencionar que este programa se graba en diversos escenarios como parques de la localidad y los diferentes municipios del Estado.

Bien, respecto al resto de la programación del sábado a partir de las 15:00 hasta las 23:00 horas, pasan películas, la serie Trueno en el Paraíso y partidos de fútbol pertenecientes al torneo nacional, y el programa informativo Proyección Total, este último contiene noticias de nota roja y reportajes diversos del estado de Tabasco.

Por otra parte en lo que se refiere al domingo la programación consta de la proyección de cuatro películas de las cuales tres son transmitidas en forma consecutiva y son seguidas de los programas Proyección Total e Historias Asombrosas, para finalizar la transmisión pasan una película de clasificación "C".

### **3.4 ANÁLISIS GENERAL DE LA PROGRAMACIÓN.**

Una vez presentada la totalidad de la barra programática de XHDY canal 5 y tomando como punto de referencia el esquema programático que retomamos para la realización de nuestro análisis podemos afirmar que en la estructura de éste existe diversidad de géneros televisivos ya que encontramos en un total de 27 programas la siguiente clasificación:

Sobre esta perspectiva se detectó que no existe una continuidad adecuada en cuanto a contenido, lo cual denota que el diseño de esta programación no toma en cuenta los hábitos televisivos de su auditorio. Por poner un ejemplo, se encontró que de lunes a viernes en el espacio de 12 a 2 de la tarde, es decir en sólo dos horas se proyectan un programa infantil, tres informativos y una telenovela, ocasionando que su auditorio no sea permanente según el horario de transmisión. También detectamos una mala ubicación en la barra programática en cuanto a ciertos programas.

En lo que concierne al día sábado el programa "Zona de Diversión" diseñado exclusivamente para los niños podría transmitirse más temprano entre 10 y 11 de la mañana y no a las 13 horas cuando por lo regular los menores se han "cansado" de estar frente al televisor, van a salir o simplemente se disponen a comer.

Volviendo al manejo de los géneros televisivos en XHDY canal 5 se comprobó que el más frecuente es el informativo y el menos utilizado es la telenovela esto sin tomar en cuenta las películas que predominan en el transcurso de la semana.

Resulta cuestionable el por qué el género telenovela es poco utilizado siendo que éste es el de mayor rating en canales nacionales como el 2 y el 13 (hacemos mención de lo anterior tomando en cuenta que este género ocupa el mayor espacio en horas dentro de las barras programáticas de los canales citados) cual hace pensar, y de hecho así es no existe una investigación de audiencia que determine los gustos y preferencias del teleauditorio local.

Otro aspecto, en cuanto a la ubicación programática es el horario de transmisión de las emisiones de Noticinco que son a las 13:30 y 20:00 horas, que hace perder un buen número de auditorio ya que la mayoría de los habitantes en Tuxtla Gutiérrez cumple con un horario de 9:00 a 15:00 y 18:00 a 21:00 Hrs. Esto que podría resolverse si se transmitiera media hora después. De igual forma y respecto a su contenido "Noticinco" sí cumple con el modelo de comunicación colectiva puesto que al monitorear las dos emisiones se encontraron que el 98% de la información corresponde a los sucesos locales.

En el renglón de los dibujos animados pudimos percatarnos que su ubicación es la adecuada, debido a que de 16:30 a 18:30 la mayoría de los menores tienen acceso al televisor y por lo regular eligen las series de dibujos animados como El Show de Scooby Doo y Bugs Bunny. Dentro de este espacio es cuestionable la continuidad ya que contraponen una hora de ese género con una hora de telenovela (Carrusel) y seguido El Chavo del Ocho lo que podría ocasionar que al término de los dibujos animados el

niño cambie de canal y busque más dibujos animados en los demás canales televisivos que representa una pérdida importante del auditorio infantil.

Al igual que en todo canal televisivo local o nacional XHDY canal 5 utiliza películas como medio principal de entretenimiento los fines de semana presentando filmes que en alguna temporada fueron éxitos en cartelera.

Esta estrategia conlleva beneficios en cuanto a teleauditorio para el canal pues de acuerdo a un sondeo realizado las películas resultaron ser el género más visto de este canal en el auditorio adulto de Tuxtla Gutiérrez, Chiapas.

Finalmente, debemos destacar la importancia que esta televisora da a los eventos deportivos como el fútbol soccer, americano, beisbol y otros que no se reciben por ningún otro canal de transmisión directa en la localidad, lo cual origina altos índices de telespectadores de XHDY canal 5.

En resumen podemos concluir que a pesar de las carencias técnicas y humanas de este canal la programación resulta ser aceptable, aunque no se sabe a ciencia cierta si en realidad esta programación es la que demanda el auditorio de Tuxtla Gutiérrez, para lo cual esta investigación trata de indagar por medio de un sondeo usando encuestas que arrojarán resultados que se sugiere deben ser tomados en cuenta por esta televisora ya que al mismo tiempo se determinará objetivamente cuál es la audiencia televisiva infantil en Tuxtla Gutiérrez, tomando como objeto de estudio al canal 5 XHDY.

# CAPITULO 4

## **RESULTADOS.**

### **4.1 MARCO ANALÍTICO.**

El presente capítulo tiene como principal objetivo conocer las preferencias del auditorio infantil respecto a la barra programática del canal 5 XHDY que conforma nuestro objeto central de estudio.

Para efectos de este apartado se llevó a cabo un sondeo a base de cuestionarios los cuales se diseñaron para ser aplicadas a la población infantil, para que con los resultados que obtuviéramos pudiéramos aprobar o rechazar nuestra hipótesis inicial que infiere lo siguiente.

“La programación del canal 5 XHDY, cuya señal se emite en la ciudad de Tuxtla Gutiérrez, Chiapas y que llega a las diferentes regiones del estado, es poco adecuada ya que cuenta con una programación deficiente que no es la apropiada para favorecer los gustos y preferencias de los niños aficionados a este medio masivo de la comunicación”.

Así pues, primeramente procedimos a obtener el total de la población de niños entre los 6 y 12 años de los cuales seleccionamos un grupo en el que se aplicó un método no probabilístico denominado muestreo de cuota citado por Susan Pick y Ana Luisa López en el libro *Cómo investigar en Ciencias Sociales* y que a la letra dice:

“Para utilizar el muestreo de cuota primero debemos conocer la población que estamos estudiando y hacer una clasificación de estratos de acuerdo con los objetivos de nuestro estudio. No es necesario que se tome una

proporción representativa en cada estrato: los estratos que se pueden usar son: por ejemplo, el sexo , la edad el nivel socioeconómico, etc. una vez que se deciden los estratos se deja que el entrevistador elija a su voluntad los elementos o sujetos que integrarán cada uno de los estratos. " (25).

Finalmente, los resultados obtenidos se presentarán en tres modalidades que son: numérica, porcentual y gráfica, con ellas procedimos a la redacción de las conclusiones específicas de este capítulo.

#### **4.2 POBLACIÓN Y MUESTRA.**

Según el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática y de acuerdo con el Censo de Población de 1990; Tuxtla Gutiérrez, Chiapas, cuenta con 295, 608 habitantes. De la cantidad anterior solamente 79,105 pertenecen a la población infantil.

Para la realización de esta investigación se tomó en cuenta a la población que se encuentra en el rango de edad entre los 6 y los 12 años por considerarlos más perceptivos ante el mensaje televisivo y sus opiniones pueden ser de mayor validez, sumando un total de 57, 397. De estos 57, 397 niños determinamos encuestar a un grupo que corresponde al uno por ciento de esta población, dando como resultado la aplicación de 573 encuestas.



### **4.3 DISEÑO DE LA ENCUESTA.**

Con el fin de obtener información precisa del grupo a encuestar respecto a las preferencias del auditorio infantil en Tuxtla Gutiérrez se diseñaron una serie de cuestionamientos dirigidos a los niños de 6 a 12 años.

El procedimiento que se llevó a cabo para la aplicación del cuestionario fue el siguiente:

La cuota que se tomó en cuenta para la selección de los niños fue la edad, la cual ya hemos mencionado (6 a 12 años). Así pues, se determinó aplicar las encuestas en diferentes grupos de escuelas primarias, de esta manera no había posibilidad de tener dentro de los encuestados niños con edades que no pertenecieran al rango determinado.

Las encuestas fueron aplicadas por nosotras, esta actividad se llevó a cabo de lunes a viernes, aproximadamente en 2 semanas.

## CUESTIONARIO.

El presente cuestionario forma parte de un proyecto de investigación sobre las "Preferencias del Auditorio Infantil Televisivo en Tuxtla Gutiérrez, Chiapas. El caso del canal 5 XHDY", que están realizando egresadas de la Universidad Madero de Puebla, con la finalidad de conocer la opinión infantil acerca de la programación televisiva. La información que proporciones será utilizada exclusivamente para fines académicos, agradecemos de antemano tu colaboración.

**1.- ¿Te gusta ver televisión?** Sí ( ) No ( ). En caso de que la respuesta sea no, el cuestionario termina.

**2.- Marca en orden de importancia lo que más te gusta (1,2,3).**

Jugar.( ) Paseos.( ) Ver televisión. ( )

**3.- ¿Qué días ves la televisión?** Lunes a Domingo ( ) Sábado y Domingo( ) Lunes a Viernes( ).

**4.- ¿A qué hora ves televisión?** Mañana ( ) Medio día ( ) Tarde ( )

**5.- ¿Con quién ves la Televisión?** Papas ( ) Hermanos ( )  
Amigos ( ) Sólo ( )

**6.- ¿Qué tiempo te expones al televisor ?**

1 Hora ( )

4 Horas ( )

2 Horas ( )

5 Horas ( )

3 Horas ( )

Más. ( )

**7.- ¿Qué tipo de programas te gustan más?**

- Caricaturas de Animales Animados. ( )
- Programas Especiales ( )
- Caricaturas de Superhéroes. ( )
- Deportes. ( )
- Otras Caricaturas. ( )
- Otros. ( )
- Telenovelas. ( )

**8.- ¿Ves el canal 5 de Tuxtla Gutiérrez? Si ( ) No ( ).**

**9.- Marca en escala de mayor a menor de acuerdo a tu preferencia los programas del canal 5 local.**

- |                           |     |                                |     |
|---------------------------|-----|--------------------------------|-----|
| Chespirito                | ( ) | El Chavo del Ocho.             | ( ) |
| Revista de Hoy            | ( ) | Guardianes de la Bahía.        | ( ) |
| Noticinco de la Tarde     | ( ) | Noticinco de la Noche.         | ( ) |
| María Celeste (Telenovela | ( ) | Cinema Cinco (película)        | ( ) |
| El Show de Cristina       | ( ) | Serie. (Variable).             | ( ) |
| El Show de Scooby Doo     | ( ) | Programas Deportivos.          | ( ) |
| Bugs Bunny y sus Amigos   | ( ) | Zona de Diversión con Yin Pin. | ( ) |
| Carrusel. (telenovela)    | ( ) | Truenos en el Paraíso          | ( ) |
| Proyección Total          | ( ) |                                |     |

**10.- ¿Que tipo de programas te gustaría ver en el canal 5 que actualmente no pasan?**

#### **4.4 INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.**

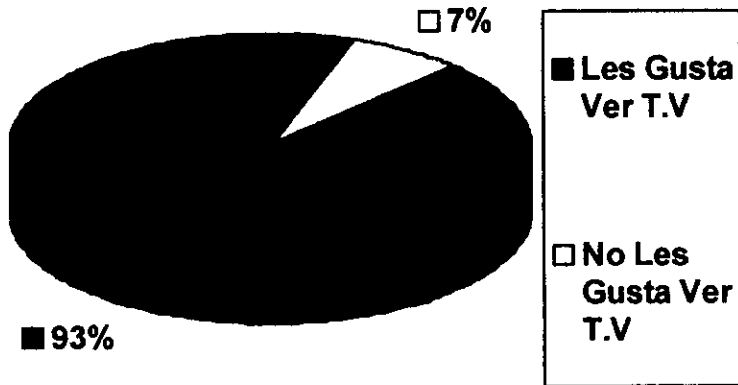
En este capítulo cuatro se describe la decodificación de los 573 cuestionarios. Los resultados obtenidos los presentaremos en las tres modalidades que expusimos anteriormente (numérica, porcentual y gráficamente).

Así pues, iniciamos con nuestro primer cuestionamiento: **¿Te gusta ver televisión?**. Esta pregunta tuvo como principal objetivo proporcionar una estimación del tamaño real del auditorio infantil respecto al hábito de ver televisión. Con ello tratamos de comprobar que el campo de estudio al que se aplicó la encuesta es el indicado al encontrar que a más del 50% les gusta ver televisión y eso permitió que se contestarán la mayoría de las encuestas aplicadas.

Con lo anterior, encontramos que 532 niños sí ven televisión, es decir un 93% de la población estudiada; a diferencia de 41 niños que dijeron no ver la televisión (7%).

Así pues, en base a estos datos podemos afirmar que la televisión tiene un alto índice en las preferencias de los niños de Tuxtla Gutiérrez, denotando confiabilidad en nuestra muestra. (Ver gráfica 1).

**Gráfico No.1**



Después de haber cuestionado a los menores que integran el grupo encuestado respecto a su gusto por la televisión, se consideró importante saber hacia que otras actividades se inclinan los niños y en qué medida.

Si contestaban afirmativamente, enseguida se les pidió que jerarquizarán de mayor a menor en el orden de 1,2,3 de acuerdo a su preferencia, las actividades de "Jugar, Pasear y Ver Televisión", lo que corresponde a la pregunta **¿Marca en orden de importancia lo que más te gusta?**

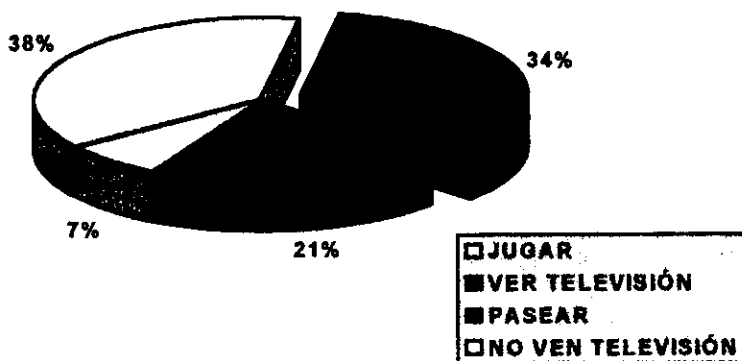
El resultado de esto fue que la mayoría, representada por 215 niños prefieren jugar, es decir, el 38%; pero por un escaso margen, 194, dijeron

gustar más de la televisión como pasatiempo conformando el 34%. Esto quiere decir que solamente hay un 3.66% de diferencia entre las dos opciones antes mencionadas.

Asimismo, para complementar las respuestas de las opciones expuestas, obtuvimos que 123 de los niños encuestados prefieren pasear denotando un 21%; a estos resultados se les agrega el 7% que corresponde a los 41 niños que eligieron no ver la televisión.

En resumen podemos decir que la actividad primordial de los niños de nuestro grupo encuestado es jugar pero como opción secundaria se encuentra la preferencia de la televisión. (Ver gráfica 2)

**Gráfico No.2**



Otra interrogante que se les formuló fue: **¿Qué días ves la televisión?**. Para obtener las respuestas correspondientes englobamos los días de la

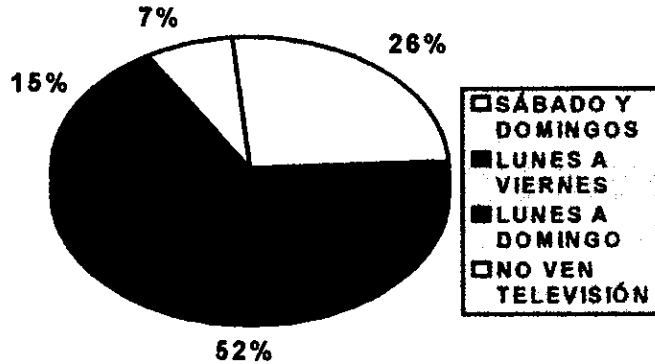
Este planteamiento se aplicó con la intención de saber qué días de la semana son los que acostumbran a ver televisión los niños. Asimismo, poder determinar si los resultados de esta pregunta van de acuerdo con los días en que se transmiten los programas de mayor gusto infantil.

Así se descubrió que de 573 niños, 300 ven la televisión de lunes a viernes, dato que corresponde al 52%, a diferencia de 147 que dijeron ver televisión únicamente sábados y domingos, lo que da lugar a un 26%; para complementar esta pregunta se encontró que en lo referente a la frecuencia de lunes a domingo solamente 85 niños optaron por esta respuesta y que porcentualmente representan el 15%.

Para concluir este cuestionamiento podemos agregar a los 41 niños que eligieron no ver la televisión y que porcentualmente representan el 7%.

Con los datos anteriores, afirmamos que la mayoría de los integrantes de la muestra ven la televisión prácticamente toda la semana, lo que se encuentra totalmente relacionado con el primer cuestionamiento y refuerza el nivel de confianza de nuestra encuesta. (Ver gráfica 3).

### Gráfico No.3



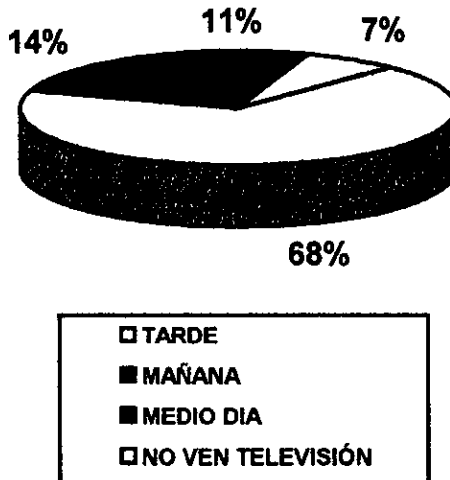
Refiriéndonos a la pregunta **¿A qué hora ves la televisión?**, ésta la consideramos importante porque nos permitirá conocer en qué etapa del día los niños ven más la televisión, dividiéndolo en "Mañana", "Medio Día" y "tarde"; esta división se hizo tomando en cuenta que hay niños que van a la escuela en horario vespertino, otros al matutino y concluyen a la mitad de la mañana lo que reparte a los niños televidentes en horarios diferentes.

Así pues, encontramos que 387 niños ven el televisor por la tarde, es decir un 68%; seguido de este dato 81 niños se exponen a este medio por la mañana, lo que implica un 14% y solamente 64 televidentes infantiles contestaron verla al medio día, lo que equivale a un 11%.

A lo anterior se le incluye la constante de todas las preguntas que son los 41 menores (7%) que no ven televisión. (Ver gráfica 4).



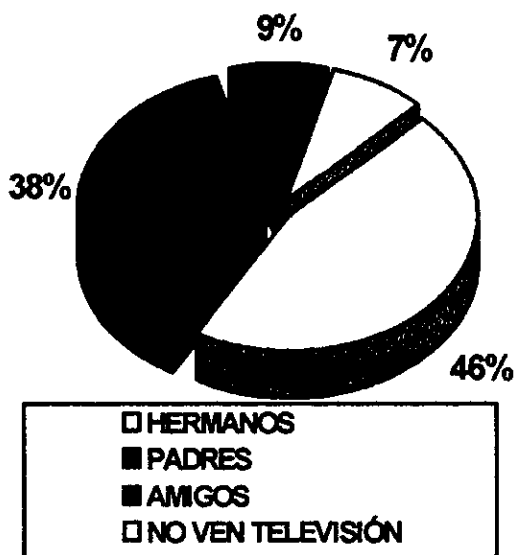
### Gráfico No.4



Por tratarse de niños y para saber en compañía de quién ven la televisión, se aplicó la interrogante **¿Con quién ves la televisión?**, arrojando los resultados siguientes: 263 niños ven la televisión con sus hermanos, es decir el 46%, 218 lo hacen con sus padres dando lugar al 38%, así 51 de los menores prefiere hacerlo con amigos correspondiendo al 9%; (la respuesta "solo" no fue contestada por lo que no se refleja en la gráfica correspondiente) lo anterior, más los 41 niños que nos respondieron no ver la televisión que se refieren al 7%, suman el 100% de nuestra muestra total.

Se concluye que la mayoría de los niños de nuestra muestra coinciden con sus hermanos y padres para ver la televisión, lo que podría llevarnos al comentario de que la televisión representa un instrumento de "reunión" familiar, aunque esto sería tema de otra investigación. (Ver gráfica 5).

**Gráfico No.5**



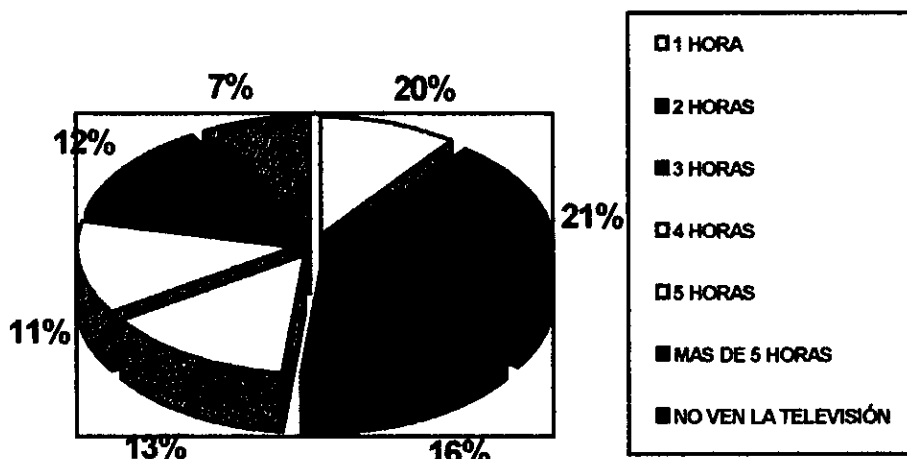
Pasando a otro cuestionamiento, consideramos interesante investigar **¿Qué tiempo se exponen al televisor?**

Así pues, encontramos que 122 niños se exponen dos horas al televisor, dato que corresponde al 21%, 114 de los encuestados manifestaron ver la televisión durante una hora, lo que corresponde a un 20% del grupo encuestado.

Para seguir mencionando las respuestas de mayor a menor encontramos que 90 niños eligieron ver televisión tres horas, siendo su porcentaje del 16%, 72 niños ven la televisión cuatro horas y 69 la ven más horas de las expuestas en las opciones, lo que sería el 13 y 12% por último encontramos que 65 niños ven la televisión 5 horas lo que es igual al 11%. más los 41 niños que no contestaron porque no ven la televisión que son el 7%.

Por lo anterior, podemos concluir que la mayor parte de los niños que conforman nuestro grupo de estudio ven la televisión por dos horas, lo cual les dará espacio a ver de dos a cuatro programas como máximo diariamente, ya que comúnmente la duración de estos es de 30 minutos (Ver gráfica 6).

**Gráfico No.6**



Con estos datos y la información que a continuación se expone, comprobaremos si los géneros y programas preferidos para la audiencia infantil encuestada son accesibles en cuanto al tiempo para que los menores puedan disfrutarlos en el espacio que ellos eligen o que les permiten estar frente al televisor.

Tomando en cuenta que esta investigación pretende medir las preferencias del auditorio infantil, se cuestionó **¿Qué tipo de programas te gustan más?** Con opciones de respuesta.

De esta interrogante podremos comprobar más adelante si el canal 5 XHDY incluye en su programación algunos de los géneros que los niños encuestados eligieron.

Se encontró que 238 niños prefieren los dibujos animados de animales, representando un 42%; asimismo, 139 menores gustan de los dibujos animados de superhéroes, correspondiendo esta cifra al 24%, a diferencia de sólo un 6% que corresponden a 34 niños y que prefieren otros dibujos animados obviamente con la excepción de los dos anteriores.

En el rubro de las telenovelas denotamos que del total de nuestra población infantil, 43 niños las prefieren, lo que equivale al 7%.

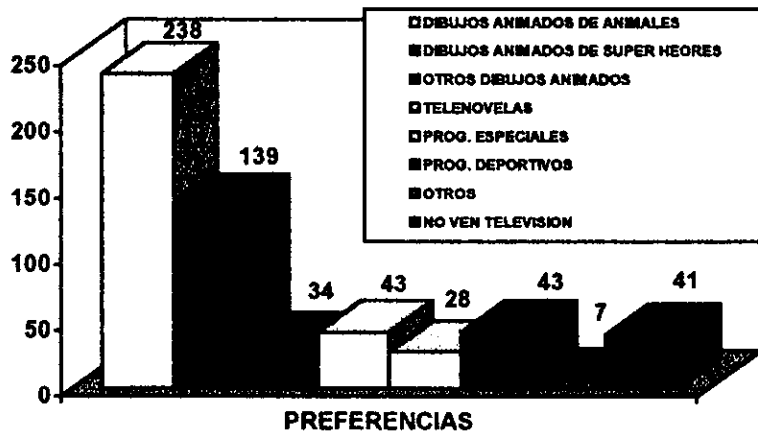
Por otro lado, también se les propuso señalar si preferían los programas especiales, (se refiere a musicales, entrega de premios, culturales etc...) a esto 28 niños contestaron que sí, es decir el 5%; en las opciones de deportes y otros se obtuvo que 43 encuestados que representan el 7% gustan más de los programas deportivos y únicamente el 1% eligió la opción otros que numéricamente representa a 7 de los niños del grupo en total.

Finalmente sumamos a los 41 niños que contestaron no ver la televisión dato que corresponde al 7% dando con esta cifra el 100% de nuestro grupo encuestado.

De lo anterior podemos afirmar que el género con el mayor nivel de audiencia infantil son los Dibujos Animados de Animales y cabe mencionar que el canal 5 XHDY los toma en cuenta en su barra programática.

(Ver gráfica 7)

**Gráfico No.7**

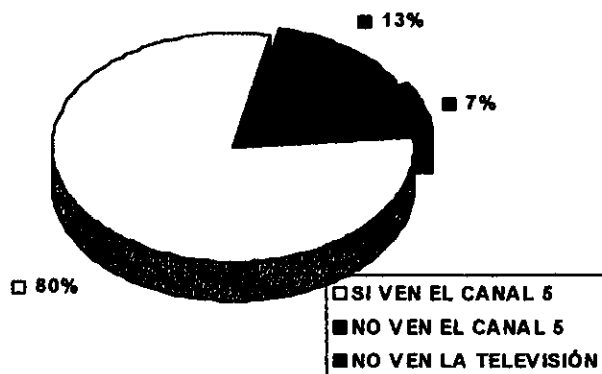


Tomando en cuenta que nuestro objeto central de estudio en esta investigación lo constituye el canal 5 XHDY, aplicamos el cuestionamiento: **¿Ves el canal 5 XHDY de Tuxtla Gutiérrez?,**(los resultados que se obtengan serán de vital importancia pues lo que se trata de medir como el

título así lo indica son las preferencias del auditorio infantil encontrando los siguientes datos).

457 encuestados sí ven el canal 5 XHDY de Tuxtla Gutiérrez, lo que da lugar al 80%, a diferencia de 75 niños que no lo ven y corresponden al 13%. A estos agregamos los 41 niños que no ven televisión (7%). (Ver gráfica 8).

**Gráfico No.8**



A continuación presentaremos en orden de importancia las preferencias que el auditorio infantil marcó sobre la programación total del canal 5 XHDY de Tuxtla Gutiérrez.

Para poder expresar en términos reales las preferencias del auditorio televisivo en Tuxtla Gutiérrez del canal 5 XHDY, se les pidió a los niños encuestados responder a **¿Marca en escala de mayor a menor de acuerdo a tu preferencia los programas del canal 5 local?**

Estos resultados nos reflejan la información principal de esta investigación, ya que con ella podremos llegar a saber si la programación que presenta este canal cubre las expectativas de la audiencia infantil de nuestra localidad de estudio (Tuxtla Gutiérrez, Chiapas).

Así pues, en la siguiente tabla presentamos los datos que arrojaron los cuestionarios aplicados. En la columna de "frecuencia" se ilustra cuántos niños eligieron ver cada uno de los programas, seguido de esta se presenta el porcentaje que le corresponde a cada uno de estos y, finalmente, el grado de preferencia correspondiendo el número 1 al programa más visto y así sucesivamente hasta llegar al número 17 que es el menos visto por la audiencia infantil de este canal.

## TABLA DE REFERENCIAS DEL AUDITORIO INFANTIL

PROGRAMA	FRECUENCIA	PORCENTAJE %	GRADO DE PREFERENCIA
CHESPIRITO	251	43.81	1
EL SHOW DE SCOPY DOO	95	16.57	2
EL CHAVO DEL OCHO	80	13.96	3
BUGS BUNNY Y SUS AMIGOS	62	10.83	4
CARRUSEL	13	2.7	5
EL SHOW DE CRISTINA	13	2.7	6
ZONA DE DIVERSIÓN CON YIN PIN	21	3.66	7
PROGRAMAS DEPORTIVOS	8	1.40	8
NOTICINCO DE LA TARDE	7	1.22	9
GUARDIANES DE LA BAHÍA	6	1.06	10
MARÍA CELESTE	5	.87	11
REVISTA DE HOY	3	.52	12
NOTICINCO DE LA NOCHE	3	.52	13
TRUENO EN EL PARAÍSO	2	.35	14
CINEMA CINCO	3	.52	15
PROYECCIÓN TOTAL	1	.17	16
SERIE	0	0	17
TOTAL	573	100	



Para complementar la aplicación de los cuestionarios, consideramos importante y adecuado solicitar a los menores encuestados su opinión sobre **¿Qué tipo de programas te gustaría ver en el canal 5 que actualmente no pasan?**. (Por el hecho de haber obtenido una gran diversidad de nombres de los programas sugeridos por los niños, decidimos agruparlos bajo los mismos nombres que se manejaron en la pregunta 7 para hacer más clara su cuantificación) los resultados fueron los siguientes:

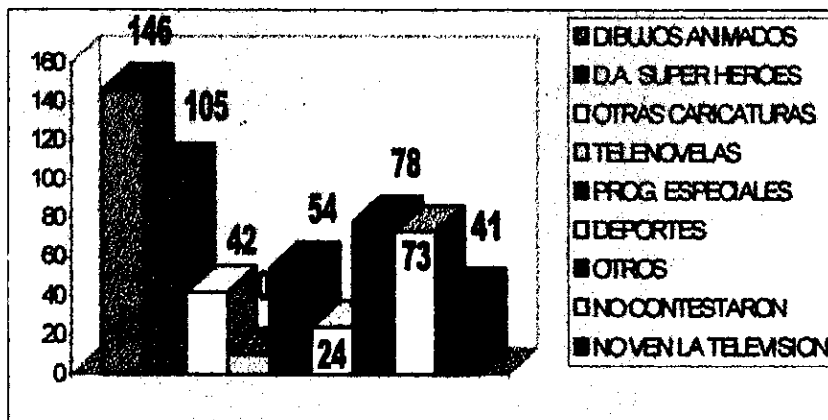
En primer término 146 niños sugirieron que la programación debería de incluir más caricaturas de animales animados representando un 26%, por su parte los 105 niños que representan al 18% sugirieron que se incluyeran dibujos animados de superhéroes; sucesivo a esto el 9% de los encuestados es decir 54 niños demandan más programas especiales de diversa índole en contraparte 78 encuestados respondieron a la opción otros, es decir que 14% no tienen un gusto específico.

Asimismo, y volviendo a los dibujos animados, 42 menores opinaron que les gustaría ver cualquier tipo de dibujos animados que en términos porcentuales es el 7%, se encontró que 24 integrantes del grupo encuestado que significa un 4% desearían ver más espacios deportivos; en el renglón de las telenovelas solamente 10 la sugirieron, o sea el 2%.

Para finalizar, y complementar el total del grupo encuestado encontramos que 73 niños no contestaron la pregunta y 41 que corresponden a la constante de los que no ven televisión representan un 13% y 7% respectivamente.

constante de los que no ven televisión representan un 13% y 7% respectivamente.

**Gráfico No.10**



Con los resultados que presentamos en este último apartado del capítulo cuatro, y de acuerdo a los comentarios que surgieron de cada uno de los cuestionamientos pasaremos a la exposición de nuestras conclusiones.

## **CONCLUSIONES.**

Hemos podido constatar que el ser humano necesita de constante comunicación. El lenguaje es inherente a todo ser que necesita establecer cualquier tipo de interacción con sus semejantes y con su entorno geográfico.

Actualmente la comunicación es indispensable para la educación, organización y convivencia de sociedades actuales y para conocer lo que ocurre en el mundo en que vivimos.

Hoy en día los medios de comunicación ocupan una buena parte de nuestro tiempo, ya que como pudimos comprobar, la televisión se encuentra en la mayoría de los hogares y representa un instrumento vital de entretenimiento e información. Nunca antes la televisión había acaparado un público tan extenso como hoy en día, en el cual, se encuentran inmersos los niños, quienes representan una población que fácilmente es presa de la influencia de este medio.

Por lo tanto, las generaciones infantiles actuales están más formadas por la televisión que por la escuela, pues por cada hora que el niño asiste a clases se suman dos a su horario cotidiano expuestos al televisor.

**ESTA TESIS NO DEBE  
SALIR DE LA BIBLIOTECA**

Esta situación muchas veces obedece a que los padres de familia por sus múltiples actividades abandonan a sus hijos en brazos de la nana electrónica que es la tele.

Entre otras cosas, podemos mencionar que nuestra hipótesis "La programación del canal 5 XHDY cuya señal se emite en la ciudad de Tuxtla Gutiérrez, Chiapas y que llega a las diferentes regiones del estado, es poco adecuada ya que cuenta con una programación deficiente que no es la apropiada para favorecer los gustos y preferencias de los niños aficionados a este medio masivo de la comunicación"; se comprobó, con los resultados de nuestra encuesta que nos reflejaron que aunque la mayoría de los niños sí ven el canal 5 XHDY y marcaron su grado de preferencia en los programas infantiles que esta barra programática ofrece, no es de su total agrado y esto lo podemos mencionar pues dentro de las observaciones que anotaron en los cuestionarios, sugirieron incluir cambios en la programación que actualmente transmiten, la cual, a pesar de ser variada carece de un equilibrio de actualidad en el contenido de los programas. Al mencionar lo anterior nos referimos a que muchos de los programas emitidos son producciones que se transmitieron años atrás.

Partiendo del objetivo general de esta tesis, que consiste en conocer las Preferencias del auditorio infantil en Tuxtla Gutiérrez y una vez aplicados los cuestionarios a los niños de 6 a 12 años, podemos concluir que sus hábitos televisivos radican principalmente en los dibujos animados de animales puesto que fue la respuesta que mayor frecuencia tuvo,- suponemos que esto se debe, a que los niños en esta etapa (6 a 12 años) las prefieren por que este tipo de dibujos animados contienen menos violencia, cuentan con mayor colorido y su musicalización es más agradable a sus sentidos. Por otro lado, los padres influyen en el gusto del niño para

elegirlas, con la intención de que, al exponerse a éstas obtengan mensajes que aporten experiencias positivas para su desarrollo.

Otra de las conclusiones a que pudimos llegar es que XHDY Canal 5 carece de un equipo de investigación de audiencias, esto lo argumentamos después de haber tenido una entrevista con el director general de este canal, el cual nos informó que una de las principales razones es por que la programación que se transmite es diseñada y enviada desde el Canal 9 de Villa Hermosa Tabasco, lo cual quiere decir que ellos no deciden sobre su programación, esta situación provoca un desfazamiento total entre emisor (Canal 5) - receptor (auditorio chiapaneco), pues no es posible que siendo este un auditorio que pertenece a un estado con características y costumbres diferentes a la de Tabasco, no se tomen en cuenta los gustos y preferencias del auditorio de esta entidad.

Por lo anterior, es importante que se deje de ver al auditorio de los medios como una masa homogénea que piensa igual y tratar de concebirla como un público de ideas, necesidades y gustos diversos que por nada podríamos llamar o considerar, abstracto y diverso. Hay que recordar que "cada cabeza es un mundo" y en gustos se rompen géneros (televisivos).

Retomando el concepto de Televisión Regional de Leonardo Corsio que comentamos en nuestra introducción, el cual hace referencia a los tres elementos indiscutibles que debe tener una televisora regional, que son: una programación propia, un perfil propio y un público determinado a lo que aludimos que el canal 5 no cumple con estos elementos para ser en verdad una televisora regional, pues como pudimos constatar este canal no cuenta con una programación propia porque es diseñada en otro estado, lo que obviamente lo hace carecer de un perfil propio y por ende no consideran a su público para dirigir su emisión.

Cabe mencionar, que se realizó una visita a las instalaciones de esta televisora en ella detectamos que carecen de equipo técnico y humano, de este último observamos que no cuentan con una actividad determinada si no que cubren cualquier espacio, aunque no estén debidamente capacitados para llevarlo a cabo.

Consideramos importante que los directivos de este canal televisivo valoren esta tesis y tomen la iniciativa de incrementar, organizar y eficientar sus recursos técnicos y humanos, así como enriquecer y unificar la programación a las necesidades del teleauditorio local, para ello ¿Por qué no recurrir a un estudio de investigación de audiencias?,- de hecho sabemos que esto resulta muy costoso, pero bien vale la pena que se haga el esfuerzo, y presentar los resultados al grupo de Tele Emisoras del Sureste S.A de C.V para que los considere y haga los cambios pertinentes para aumentar su nivel de audiencia, pues como ya se ha mencionado la programación es aceptable pero en realidad ¿será esto lo que quiere y debe ver el público infantil regional?.

## NOTAS BIBLIOGRÁFICAS.

- 1 González Treviño, Jorge E, Televisión Teoría y Práctica, p.15
- 2 Katz S, Chaím. Diccionario Básico de Comunicación, p.397
- 3 Toussaint, Florence. Crítica de la Información de Masas, p.42
- 4 Berlo K. David. El Proceso de Comunicación, P.19.
- 5 Hernández Carlos, y Dankhe Gordon. La Comunicación Humana Ciencia Social, p.78
- 6 González Alonso, Carlos Principios Básicos de Comunicación, p.16.
- 7 Berlo K, David, op cit, p.37.
- 8 Kaplún, Mario. Producción de Medios, p.23.
- 9 Los Medios de Comunicación y la Tecnología Educativa, Material Fotocopiado, S/A. p.106
- 10 Ibid, p.159.
- 11 Aparato de Emisión, Material Fotocopiado, S/A. P. 161
- 12 González Treviño Jorge, Televisión y Comunicación, un Enfoque Teórico Práctico, p.37.

- 13 Ibid.
- 14 Congreso Nacional de Investigación Educativa, Documentos Base, S/P.
- 15 Soler, Lloren, Televisión, una Metodología para su Aprendizaje, p.135.
- 16 Pierre Albert, André Jean Tudesq, Historia de la Radio y la Televisión, p.89.
- 17 Ibid, p .90.
- 18 Ibid, p. 90.
- 19 Pierre Albert, André Jean Tudesq, op. cit. P. 97.
- 20 Ibid, p.103.
- 21 Granados Chapa, Miguel Angel, Examen de la Comunicación en México, p.39.
- 22 Fernández Christlieb, Fátima. Los Medios de Difusión Masiva en México, p.123.
- 23 Rojas Arévalo Armando, entrevista Canal 10, 22 de noviembre 1996.



- 24 Hernández Martínez Carlos, entrevista Canal 5, 2 de diciembre de 1996.
- 25 Pick Susan, Ana Luisa López, Cómo investigar en Ciencias Sociales. p.92.

## **BIBLIOGRAFÍA**

Berlo K, David, **EL PROCESO DE COMUNICACIÓN**, Ed. El Ateneo, México 1985.

Chaim, S. Kats, Francisco Doria, Luis Acosta **DICCIONARIO BÁSICO DE LA COMUNICACIÓN**, Ed. Nueva Imagen, México, D.F. 1992.

Congreso Nacional de Investigación Educativa **DOCUMENTOS BASE**, Ed. Talleres Gráficos, México 1981.

Cortés Rocha, Carmen, **LA ESCUELA Y LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVA**, Ed. Talleres Gráficos de Litografía Cultural, México 1986.

Fernández, Carlos y Danke Gordon, **LA COMUNICACIÓN HUMANA**, Ed. Mc. Graw Hill, México 1980.

Fernández Christlieb, Fátima, **LOS MEDIOS DE DIFUSIÓN MASIVA EN MÉXICO**, Ed. Juan Pablos, México, D.F, 1992

González Alonso, Carlos, **PRINCIPIOS BÁSICOS DE COMUNICACIÓN**, Ed. Trillas, México, D.F, 1992

González Treviño J. Enrique, **TELEVISIÓN Y COMUNICACIÓN UN ENFOQUE TEORICO PRACTICO**, Ed. Alhambra Mexicana, México 1994.

Granados Chapa, Miguel A, **EXAMEN DE LA COMUNICACIÓN EN MEXICO**, Ed. El Caballito, México 1981.

Ibañez Brambila, Berenice, **MANUAL PARA LA ELABORACIÓN DE TESIS**, Ed. Trillas, México 1995.

Kaplún, Mario, **PRODUCCIÓN DE MEDIOS**, Ed. Ciespal, Ecuador, Quito, 1985.

Paolí, Juan Antonio, **COMUNICACIÓN**, Ed. Edicol, México 1979.

Piere, Albert y André Jean Tudesq, **HISTORIA DE LA RADIO Y TELEVISIÓN**, Ed. Fondo de Cultura Económica, 1988.

Pick, Susan y Ana Luisa, **COMO INVESTIGAR EN CIENCIAS SOCIALES**, Ed. Trillas, México 1992.

Richard, Weaver, **LA COMUNICACIÓN**, Ed. Logos Consorcio, 1978.

S. Katz Cham Francisco A Doria, Luiz Costa, **DICCIONARIO BÁSICO DE COMUNICACIÓN**, Ed. Nueva Imágen, México.

Schmelkes, Korina, **MANUAL PARA LA PRESENTACIÓN DE ANTE PROYECTOS E INFORMES DE INVESTIGACIÓN**, Ed. Harla, México 1988.

Soler, Llorenc, **TELEVISIÓN UNA METODOLOGÍA PARA SU APRENDIZAJE**, Ed. G.G. México, D.F. 1992.

Toussaint, Florence, **CRÍTICA DE LA INFORMACIÓN DE MASAS**, Ed. Trillas, México, D.F, 1990.