



870124

Universidad Autónoma de Guadalajara

Incorporada a la Universidad Nacional Autónoma de México

ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION

22
EPM

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

LA PROGRAMACION DE CANAL 4
DE GUADALAJARA DE TV
ANTE LA REGIONALIZACION DE LA T.V.

TESIS PROFESIONAL

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:

LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION

P R E S E N T A :

MARIO IVAN BRETON REAL

GUADALAJARA, JALISCO

1989



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas Tesis Digitales Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS © PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

I N D I C E

	Pág.
CAPITULO I	
LA TELEVISION EN MEXICO	1
LA TELEVISION EN GUADALAJARA	9
CANAL 6	9
CANAL 4	14
CANAL 9	19
CANAL DE LA U. DE G.	20
CAPITULO II	
NATURALEZA DE LA TELEVISION	21
FUNCIONES DE LA TELEVISION EN BASE AL ARTICULO 5o.	
DE LA LEY FEDERAL DE RADIO Y TELEVISION	24
¿QUE ES LA REGIONALIZACION?	25
CAUSAS: CENTRALIZACION DE LOS MEDIOS	28
MEXICO MOSAICO CULTURAL	31
OBJETIVOS DE LA REGIONALIZACION	39
ZONAS ESTABLECIDAS POR LA TV PRIVADA	43
LIMITACIONES DE LA REGIONALIZACION	49
CAPITULO III	
AREA GEOGRAFICA DE ACCION A REGIONALIZAR	53
FUNCION DE CANAL 4 EN ESTA ZONA A REGIONALIZAR:	59
COBERTURA DE CANAL 4	59
PROGRAMACION DE CANAL 4	61
PENETRACION DE CANAL 4	68
LIMITACIONES DE CANAL 4 ANTE LA REGIONALIZACION	78

	Pág.
RELACION DE LA PROGRAMACION DE CANAL 4 CON LA REGIONALIZACION	80
CAPITULO IV	
CONCLUSIONES	85
BIBLIOGRAFIA	95

INTRODUCCION

Los medios de comunicación tienen una gran importancia en nuestros días; de estos medios destaca, la TV por su penetración, pues es el principal medio de información y entretenimiento en el México de hoy.

Las personas pasan varias horas frente a sus televisores, por lo cual existe un interés especial por su contenido el cual debe orientar y educar a sus espectadores.

Este es un análisis entre los objetivos planteados por la regionalización de la TV y la programación de canal 4 de Guadalajara, tomando en cuenta las limitaciones de ambos.

Este plan propone objetivos específicos para los canales de TV. La regionalización se presenta íntimamente ligada con las funciones que la ley otorga a la televisión. Considero imprescindible establecer que "... la radio y la televisión tienen la función social de contribuir al fortalecimiento de la integración nacional y al mejoramiento de las formas de convivencia humana...".¹ Es importante establecer estas funciones, pues el plan de regionalización pretende lograr la optimización de éstas con un criterio de respeto por la diversidad cultural de nuestro país.

¹ LEY FEDERAL DE RADIO Y TELEVISION

En Jalisco existen 2 televisoras, Canal 6 y Canal 4, -- siendo este último el que más producción genera. De estos 2- hechos surgió la inquietud por conocer hasta qué punto canal 4 satisface las expectativas del público y cumple con los objetivos del plan de regionalización. Si consideramos que Guadalajara es la segunda ciudad más importante del país, el papel que canal 4 desempeña toma especial relieve.

A través del presente estudio conoceremos la historia - de la TV; este medio de comunicación está en constante evolución. El conocimiento de su origen nos ayudará a entender -- las causas de la actual centralización de los medios televisivos. Expondremos el Plan de regionalización de la TV, el - cual dividimos en causas, objetivos, y limitaciones; además- analizaremos a Canal 4 tomando en cuenta su cobertura, penetración, programación y limitantes.

Espero que este trabajo pueda brindar nuevas ideas al - propósito de la regionalización de este medio de comunica--- ción tan importante para la sociedad.

El plan de regionalización emana de la política descentralizadora de el ex-Presidente Lic. Miguel de la Madrid Hurtado, contenida en el Plan Nacional de Desarrollo 82-88 y fue proyectada por la TV privada.

C A P I T U L O I
LA TELEVISION EN MEXICO

La historia de la televisión en México se remonta al año de 1934, fecha en que el Ingeniero González Camarena realizó programas experimentales en circuito cerrado; fue sin embargo hasta 1942 cuando el Ingeniero envió su señal por el espacio aéreo, y 4 años más tarde fundó la primer estación experimental de TV, el 7 de Septiembre, con las siglas XHGC.

1

Fue en 1946 cuando surgió en América Latina "Televisión Asociada", organización cuyo objetivo fue el de presionar a los gobiernos de la región, con el fin de que éstos aceptaran que la Televisión fuera comercial.

Para 1948, el presidente en turno, Lic. Miguel Alemán Valdés decide realizar una investigación para conocer qué tipo de televisión es la más adecuada para nuestro país. Esta misión la encomienda al Ingeniero González Camarena, quien se encargaría de los aspectos técnicos, y a Salvador Novo para lo relativo al contenido. Estos personajes partieron de los Estados Unidos para analizar la televisión privada y a la Gran Bretaña donde se desarrollaba la TV estatal. Al regresar, Salvador Novo no dictamina cuál considera la mejor,

1 APUNTES TELEVISION I. ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION. UAG. 1987.

pero el Ingeniero González Camarena señaló que en el aspecto técnico es mejor la TV privada y en el económico la estatal.

La primer concesión para la explotación comercial de TV en México, fue otorgada a Rómulo O'Farril. La estación tuvo las siglas XHTV y su frecuencia fue el 4, en el año de 1949. Esta televisora fue inaugurada el 31 de Agosto de 1950 con -- una transmisión desde el Hipódromo de las Américas y al día siguiente inicia transmisiones con el Cuarto Informe de Gobierno de el Lic. Miguel Alemán.

La segunda concesión fue otorgada a Emilio Azcárraga, - bajo las siglas XEW-TV, en la frecuencia 2. Esta estación -- inició transmisiones esporádicas desde octubre de 1950, aunque las transmisiones formales iniciaron hasta el 10. de Enero de 1952.

Su programación era de 15:00 a 20:00 hrs.; en ese mismo año el 18 de Agosto, inició transmisiones XHGC canal 5, cuya concesión fue propiedad de el Ing. González Camarena.

El año de 1955 fue fructífero para la TV mexicana, ya - que en él ocurrieron 3 grandes sucesos:

Primero se constituye Telesistema Mexicano, empresa encargada de operar y administrar los canales 2, 4, y 5. Esta-

organización no se convierte en concesionario de ninguno de los canales mencionados, por lo cual no infringe el Artículo 28 Constitucional, el cual proscrib^e los monopolios. En este año los canales 2 y 4 ya habfan ampliado su cobertura a algunos lugares de provincia.

Segundo, surgieron varios canales locales, los cuales se organizaron en una empresa denominada Telecadena Mexicana.

Tercero, surge canal 11 del Instituto Politécnico Nacional, teniendo alcance local y contenido cultural.

Monterrey ve surgir el canal XEFB TV, el cual es afiliado a Telesistema Mexicano, en el año de 1958, éste es el primero en adquirir una máquina de video-tape; un año más tarde Telesistema cubre 20 Estados de la República y pretende extenderse a la totalidad de la nación antes del arribo de los años 60's.

Teleprogramas Acapulco, empresa dirigida por el Lic. Miguel Alemán Velasco, cuya finalidad es producir programas para exportación nace con capital de Telesistema en un 75% y - el resto perteneciente a la ABC*, en el año de 1962. Cuatro años más tarde canal 4 inicia sus transmisiones en color.

* AMERICAN BROADCASTING CORPORATION.

En el año de 1968 surgen 2 nuevas estaciones: Canal 13, el cual integró su programación con series filmadas y canal-8, con capital de inversionistas regionomontanos, iniciando -- transmisiones a color en el Distrito Federal, Monterrey, Pue bla y Veracruz, y es en este mismo año cuando comienza a fun cionar la Red Nacional de microondas.

La S.C.T. da a Cablevisión -filial de Telesistema- la - concesión de TV por cable en la ciudad de México, en 1969. - Un año después Telesistema produce su propio noticiero: "24- HORAS". En Marzo de 1971 se forma la Organización de la Tele visión Iberoamericana (OTI).

Después de 2 años de transmisiones, Canal 13 pasa a Somex, y comienza a transmitir a las estaciones de Telecadena- Mexicana, empresa que se había declarado en quiebra y de la- cual Somex se había hecho cargo. En un principio esta esta- ción fue cultural y local, en la actualidad es de cobertura- nacional y de carácter comercial, aunque dependiente del go- bierno.

Corría el año de 1972, cuando por Decreto Presidencial- se dio origen a Televisión Cultural de México, la que en --- 1974 cambió de nombre a Televisión Rural de México y en 1981 su denominación fue Televisión de la República Mexicana.

En el año de 1973 se forma Televisa con la Unión de Canal 8 a Telesistema Mexicano, y en 1974 Canal 8 de Monterrey es concesionado al centro de Estudios de Métodos y Programas avanzados de la Educación.

En 1980 la S.C.T.² anuncia que México contará para 1985 con su satélite propio que sería llamado ILICAHUA, que significa Señor del Cielo, proyecto aprobado en 1981 por el entonces Presidente de la República, Lic. José López Portillo.

En ese mismo año fue inaugurada la primera etapa de la red nacional de Estaciones Terrestres; además el Satélite Intelsat IV, alquilado por México, modificó su órbita, a petición de la S.C.T., para cubrir todo nuestro territorio.

Durante 1982, la S.C.T. informa que 4 Empresas extranjeras presentaron sus candidaturas al concurso para construir nuestro satélite y unos meses después el Lic. José López Portillo inaugura la segunda etapa de la Red Nacional de Estaciones Terrenas. Por otro lado, la empresa TV de Provincia - filial de Televisa- recibe la concesión de 95 estaciones televisoras distribuidas en diversas poblaciones del país. A finales de este año se reformó el Artículo 28 por iniciativa

2 TODO MEXICO. GRUPO EDITORIAL MEXICANO. MEXICO 1985 421 pp.

presidencial para fijar el conjunto de áreas estratégicas en la comunicación vfa satélite.

En 1983, canal 8 cambia sus características de programación y se convierte en canal de divulgación cultural, bajo la frecuencia 9.

Para Junio de ese año, durante la reunión de la Unión - Internacional de Telecomunicaciones, celebrada en Ginebra, - Suiza, la delegación mexicana consigue se asignen a México 4 lugares para satélite en órbita Geoestacionaria. La S.C.T. - señaló que el sistema de satélites Morelos serfan:

Dos satélites, uno en operación y uno en reserva, los - cuales se lanzarfan en Abril y Septiembre de 1985.

Cada Satélite tendrfa 36 canales estandar que podrá --- transmitir a cualquier punto del país. Cada canal se puede - utilizar prioritariamente por una señal de TV, aunque dependiendo de la receptora, el canal podrá transmitir 2 señales. Los satélites tienen un promedio de vida de 9 años.

Para 1983 la TV estatal estaba constituida por una serie de organizaciones aisladas, lo que la dejaba en franca - desventaja frente a la TV privada, por esto, en Marzo de dicho año, el Presidente de la República Lic. Miguel de la Ma-

dríd, por Decreto y ante el caos financiero de la Corporación Mexicana de Radio y Televisión, creó el Instituto Mexicano de la Televisión, el cual en 1985 dio origen a Imevisión e inició transmisiones canal 7, el cual utilizó las estaciones de Televisión de la República Mexicana, por lo que desde sus inicios contó con cobertura nacional.

En la actualidad Imevisión cuenta con los canales locales: 22, en el D.F.; 8, en Monterrey; 2, en Chihuahua; 11, - en Ciudad Juárez. Además cuenta con los sistemas regionales: Tlaxcala-Puebla, Oaxaca, Chiapas, Aguascalientes, Nuevo León, San Luis Potosí, y Guanajuato, de las estaciones dependientes de centros de Educación Superior: XEIPN Canal 11, y Canal 6 de la Universidad de Sonora. Ha firmado convenios de coordinación con las televisoras estatales de: Michoacán, Tasco, Veracruz, Hidalgo, Guerrero y Quintana Roo.

Las noticias más recientes de canales de Televisión, -- surgieron el 26 de Enero de 1989, en el periódico "El Jalisciense, en la columna "Silencio" de Agencia Mexicana de información la cual en su texto señala:

"...en breve México contará con 5 nuevos canales de Televisión. El 14, propiedad de un señor de apellido Vázquez; -- así como el 15, 16, 17, y 18 de Tele Rey, un consorcio que se dedica a la producción de programas, mismos que vendía a

la TV estatal, así como a Estados Unidos, Centro y Sudamérica". "El primero de los canales se podrá ver para el mes de agosto".

LA TELEVISION EN GUADALAJARA.

CANAL 6.

El 12 de Enero de 1956³ se constituyó Televisión Tapa-
tfa, S.A. de C.V. con un capital de 2 millones de pesos.

El 10. de Abril de 1960 el Sr. Edward Roth inicia sus -
funciones como Gerente General, mientras se hace la designa-
ción del mismo. En ese mismo año se aprueba un aumento al ca-
pital a 3 millones de pesos y se designó como apoderado Gene-
ral al Lic. Mario Bauche Garciadiego.

El 22 de Septiembre de 1960, el canal 6 inicia sus ----
transmisiones cubriendo solo el área de Guadalajara y su pe-
riferia; un mes después el Sr. Alberto Vilas y de Zayas toma
posesión de la Gerencia General.

El 15 de Junio de 1961, en Asamblea General extraordina-
ria, se aumenta nuevamente el capital a 8 millones.

El 24 de Mayo de 1962 se designa como Gerente General -
al Sr. Alejandro Díaz Guerra, quien obtuviera la concesión -
de la SCT.

3 DATOS OBTENIDOS DE UNA ENTREVISTA CON EL SEÑOR MARIO BAU-
CHE GARCADIIEGO.

Para 1964, el consejo administrativo confiere poder al Lic. Mario Bauche para disolver y liquidar la sociedad, pues en las anteriores administraciones habfa perdido más del 72% del capital, y según la Ley de Sociedades Mercantiles, la -- pérdida del 66% del capital es causa de disolución y liquidación. El Lic. Bauche Garciadiego, al analizar la situación financiera de Canal 6, se decide a impulsar las ventas.

Fue hasta ese año -1964- cuando el Diario Oficial de la Federación publica el título de concesión a favor de TV Tapatfa.

El Gerente General anterior, Sr. Alejandro Díaz Guerra, tuvo problemas con Telesistema Mexicano, por lo que al asumir el cargo el Lic. Bauche, recibió la visita de un representante de esa empresa, quien le informó que Don Emilio Azcárraga Vidarrueta estaba dispuesto a venderle programas a Televisión Tapatfa. Fue así como Canal 6 inició la compra de algunas series norteamericanas como Paty Duke. Telesistema - mostró interés de celebrar un contrato de afiliación con la finalidad de que canal 6 transmitiera los programas de canal 5 de México. El 11 de Noviembre de 1964 se firmó un convenio de asociación por un término de 8 años.

En 1967, se iniciaron las transmisiones en color, antes que la BBC de Londres, París, Berlín y todo centro y sur Amé

rica, siendo la primer televisora de provincia en tener tal logro.

Para 1968, Canal 6 pudo transmitir al público tapatfo - los Juegos Olímpicos realizados en México, gracias a un equi po de microondas que adquirió para tal efecto. En 1969 se -- compró una máquina de Video Tape. En este mismo año se renue va la concesión, la cual se cumplió el 2 de Julio de 1989.

Era el mes de Enero de 1971, cuando se hizo la primer - prueba con la unidad móvil, la cual se adquirió un mes antes.

La primer transmisión de esta unidad móvil se realizó - desde las oficinas del periódico el Occidental, con motivo - de la inauguración de una nueva sección de Offset; esta uni dad transmitía en blanco y negro.

En 1972, Canal 6 aumentó su potencia de 6000 watts a - 84000, con lo que su cobertura se amplió 4 veces. De esta ma nera alcanzó los Estados vecinos de Michoacán, Nayarit y Za catecas.

En 1973 se estrenan 3 cámaras de color con la proyec--- ción del programa "Foro", dirigido por Celia Moldón de Sol.- A partir del 30 de Julio del mismo año, se transmitieron pro gramas en vivo a color producidos por canal 6.

La 2a. máquina de vide tape, aunque ésta para color, se recibió en 1974. En ese mismo año se notificó a Telesistema- que habfa terminado su representación para las ventas nacionales de esta estación.

El primer control remoto a todo color fue el concurso - Srita. Turismo, desde el Hotel "El Tapatfo", -que fue el primer concurso en su tipo- en 1975.

En 1976 se compra una videocassetera moderna, la cual - se estrenó con el programa importado Lou Castaner; así mismo se graba el primer comercial en color, el cual era para la - casa Hemuda.

En 1979 se compran nuevas cámaras para el estudio, las- cuales se estrenan con la grabación del 2o. programa de la - serie: "Qué se espera de un Diputado".

En 1980 se celebró un finiquito con los vendedores de - México, anunciándoles que ya se había salido de Telesistema, y Radioprogramas de México se hizo cargo de las ventas.

Actualmente Canal 6 depende en gran medida de Televisa- para la compra de series, así como para la transmisión de -- eventos especiales producidos por ésta.

La Comercialización de Televisión Tapatza está a cargo de Televisa Guadalajara.

Este canal tiene una aceptación superior a las estaciones 11 y 13 y en algunos horarios al 5 y 2, todos éstos de México, así como el canal 4 local.⁴

Su cobertura abarca gran parte del Estado de Jalisco, - así como pequeñas regiones de Nayarit, Zacatecas, Michoacán y Colima.

Desde Marzo de 1988 transmite programación originada en México (Canal 4) desde las 9:00 p.m.

Las instalaciones de canal 6 se encuentran en Av. Circunvalación Dr. Atl No. 265, Colonia Independencia.

4 INVESTIGACION REALIZADA POR CANAL 6 SEGUN INFORMES DE EL-SR. BAUCHE GARCIA DIEGO.

CANAL 4

Fue en el año de 1952 cuando Don Emilio Azcárraga Vidaurreta junto con Clemente Serna Martínez, -quienes eran socios en Radio Programas de México- constituyeron la empresa "Televisora de Occidente", con el objeto de instalar y operar Radiodifusoras y estaciones de TV privadas.⁴

Cuando nace "Telesistema Mexicano", la estructura de la empresa es modificada y en 1955 Clemente Serna Martínez, sale, aunque temporalmente, de la televisión local. Las acciones fueron repartidas nuevamente entre Emilio Azcárraga Vidaurreta, Emilio Azcárraga Milmo, Rómulo O'Farril y Rómulo O'Farril Jr.

Para 1956, gracias a la instalación de la repetidora de "El Zamorano", era posible ver televisión en Guadalajara, -- aunque la señal era muy débil y dependía de las condiciones climatológicas. En ese entonces, para captar la imagen de Canal 2 de México, era necesario instalar en los hogares antenas que medían 15 metros de alto, lo cual nos da una idea de las dificultades que debían enfrentar quienes quisieron ver TV en esos años.

4 TODA LA INFORMACION SOBRE LA HISTORIA DE CANAL 4 SE OBTUVO DE LAS REVISTAS REFERENCIA No. 19, 22 y 23 pp. y No.20, 23 y 24 pp. Y DATOS PROPORCIONADOS POR EL LCC LUIS ROJAS.

La historia de este canal es un tanto confusa, puesto - que el primer canal local en transmitir no fue XHG-TV C-4, - sino XEWO-TV C-2. Las primeras emisiones de esta televisora- fueron de carácter experimental e iniciaron en Marzo de 1956, siendo la inauguración oficial el 14 de Mayo de 1960. A la - ceremonia asistieron Amalita Gómez Zepeda, Rómulo O'Farril,- Aurelio Pérez, además del Gobernador del Estado Lic. Juan -- Gil Preciado; se inició la transmisión con un programa espe- cial que tuvo duración de 3 horas.

El primer Gerente del canal fue el Sr. Manuel Cossío, - quien encabezaba la estructura interna del canal que estaba- formada por 3 subgerencias: La de Producción, a cargo del Sr. Carlos López Cabello; la de Ventas, con el Sr. Francisco Una muno como responsable y la Técnica, encabezada por el Sr. An tonio Sherham.

Para 1960 el Sr. López Cabello fue sustituido por el Sr. Salvador Espinoza, quien a su vez fue reemplazado por Carlos Cabello Wallace.

Durante el año de 1963 se instaló la antena repetidora- de Cerro Gordo, Jal., y gracias a esto la señal pudo alcan- zar la torre instalada en el lugar que Televisión -de XEWO TV C2, concesionado a Televisora de Guadalajara y XHG TV C4, concesionado a Televisora de Occidente- ocupa.

XHG-TV C 4 inició transmisiones como repetidor de la señal de canal 2 de México. El cambio de programación con XEWO vino después.

En 1965 hubo cambios en la sub-gerencia Técnica: El Sr. Sherham fue reemplazado por el Sr. Rogelio Venegas, quien -- fuera substituido por el Sr. López Avila, hasta que el Ing.- Rogelio Rueda entró en su lugar.

Tres años más tarde cuando ingresa al canal el Sr. Carlos Pickering, éste inició un proceso de ajuste. El personal se redujo de 120 a 64 personas, fue mejorada la imagen técnica y humana del canal. El resultado de estas políticas fue -- que en tan solo 8 meses la estación alcanzó el punto de equilibrio.

Durante la época de Don Carlos Pickering, se produjeron algunos programas, como "La Bodega Musical", que era un programa de aficionados, el cual no funcionó; también realizó -- otro programa musical con orquestas, el cual tampoco funcionó. De acuerdo a las palabras expresadas por el Sr. Pickering y reproducidas en la Revista Referencia, la falta de éxito -- se debió: "Lo pobre del mercado local y a las señales que venían de México. También hay un malinchismo del televidente..".

En esta época se dice -siempre según la Revista Referencia- faltó producción a lo que Don Carlos señaló: "posiblemente sí faltaba producción pero ahora hay producción y ¿Qué se ha logrado?..."

Durante esta administración le fueron agregados 35 mts. a la antena, que originalmente contaba con 70.

El Sr. Pickering se retiró en 1984, entrando a sustituirlo el Sr. José Luis Guash. Sólo 3 años después, el canal contaba con 200 empleados de los cuales 104 estaban dedicados al noticiero.

En la era del Sr. Guash, se dio gran impulso al equipo técnico y a la programación local debido a la decisión de descentralizar Televisa. En esos años fue posible ver telenovelas y programas sudamericanos, lo que dio un tinte diferente a la programación, pues hasta ese entonces, el canal se había caracterizado por repetir series que el público ya había podido ver a través del canal 2 nacional. Dentro de estos planes descentralizadores, correspondió a canal 4 la producción de telenovelas; fue-sin embargo- el programa de concursos denominado "La Hora del Gane" el primer programa de alcance internacional transmitido desde una ciudad de provincia. Este programa inició sus transmisiones de manera local, a través de Canal 4 y en los Estados Unidos a través de UNI-

VISION, en 1986, y unos meses después en red nacional a través de canal 2. Cabe señalar que para la producción de este programa, el Sr. Sergio Peña (Productor del programa) trajo a Guadalajara su equipo técnico y humano, sin embargo éste es un hecho trascendente para la historia de la TV nacional. El Sr. José Luis Guash dejó XHG para atender el canal de Televisa en Tijuana, quedando en su lugar el Sr. José Octavio Cano, desde 1987.

Las instalaciones de Televisión se encuentran en la -
Av. Alemania No. 1469, Colonia Moderna.

CANAL 9

El 19 de Julio de 1966, en la ciudad de Monterrey se -- formó la empresa "Televisión Independiente de Jalisco"⁵ por los señores Alejandro Garza, Jesús Orozco y Secundino Garza. En 1971 inició operaciones XHGA-TV C-9 con programación propia. Tiempo después se ensayó una programación de 10:00 a.m. a 12:00 p.m., encadenado a XHTM C-8 de México, la cual no tuvo éxito. Con el surgimiento de Televisa, en 1973, Canal 9 - pasó a ser repetidora de XHGC-TV C-5 de México, D.F.

En la actualidad Canal 9 tiene programación propia de - 7:00 a.m. a 4:00 p.m., hora en que se enlaza a la señal de - Canal 5. La programación está compuesta totalmente por repeticiones de programas, ya sean nacionales o extranjeros, telenovelas, caricaturas y películas.

La denominación de XHGA-TV C-9 es T.V. Matutina y cubre, junto con las repetidoras de Alzomoni, Estado de México y - Las Lajas, Veracruz, los territorios de: Jalisco, Guanajuato, Estado de México y Veracruz. Hasta el momento no ha sido comercializado. TV Independiente de Jalisco se encuentra ubicado en 16 de Septiembre y Av. Niños Héroes en el "Condominio-

5 DOCUMENTOS PROPORCIONADOS POR EL LCC LUIS ROJAS. DIRECTOR DE LA REVISTA REFERENCIA.

Guadalajara".

EL CANAL DE LA UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA.

En el año de 1972, el Presidente de la República, Lic.- Luis Echeverría Alvarez, prometió a la Universidad de Guadalajara una estación televisora, la cual debía tener un carácter cultural. Este ofrecimiento nunca se concretizó.⁶

Para 1988 inició transmisiones de prueba, bajo las siglas XHUG TV, y en la frecuencia 7, con relativo éxito, aunque a la fecha no ha salido al aire y no se han explicado -- formalmente las causas.

6 DOCUMENTOS PROPORCIONADOS POR EL LCC LUIS ROJAS. DIRECTOR DE LA REVISTA REFERENCIA.

C A P I T U L O I I
REGIONALIZACION DE LA TV.

2.1 NATURALEZA DE LA TELEVISION

Para establecer la naturaleza de la televisión nos basamos en la definición nominal:

TELE - Distancia
VISION - Para la vista

Las imágenes se envían a distancia desde el estudio de televisión hacia los receptores.

Según la definición operativa del Dr. Feldman¹:

La televisión consiste en:

- a. Una experiencia icónica artificial.
- b. técnicamente producida
- c. de acontecimientos y objetos cambiantes registrados mediante la cinematografía
- d. explorados en forma puntual por rayos electrónicos
- e. transmitidos por señales eléctricas de acuerdo con su intensidad luminosa
- f. y difundidos por transmisión inalámbrica

1 APUNTES TELEVISION I. ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION. UAG. 1987.

- g. de modo tal que esas señales al ser recibidas pueden re convertirse en efectos luminosos adecuados y proyectarse en forma puntual y localizada sobre una pantalla
- h. que posibilita la experiencia icónica con la impresión de vivenciar la realidad
- i. la simultánea percepción acústica se obtiene en cuanto al registro mediante la técnica del cine sonora, en --- cuanto a la difusión mediante la técnica de la radiofonía
- j. la peculiaridad de este medio, en comparación con la ci nematografía, reside en la posibilidad de la transmi--- sión directa de la realidad registrada a través de las imágenes de los aparatos de televisión
- k. además, la radiodifusión ofrece las imágenes del lejano acontecer a un número ilimitado de receptores en cual--- quier momento y lugar
- l. de modo que un público ampliamente disperso es transpor tado a una situación como de ubicuidad
- m. cuyo alcance depende de las condiciones técnicas de la- transmisión.²

De estas definiciones emana que la esencia de la televi- sión son imágenes en movimiento. El que sea visual, permite a -

2 APUNTES TELEVISION I. ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICA- CION. UAG. 1987.

la televisión crear una imagen real como representaciones de la realidad existente.

Expresan, además, que aunque el sonido es importante para este medio, puede considerarse complementario, puesto que la naturaleza de la televisión está en la imagen visual aunque toda la fuerza de la realidad representada esté tanto en lo que vemos como en su ambiente sonoro.

2.2 FUNCIONES DE LA TELEVISION EN BASE AL ARTICULO 5o. DE -
LA LEY FEDERAL DE RADIO Y TELEVISION.

En la Ley Federal de Radio y Televisión publicada el 19 de Enero de 1960, siendo Presidente de la República el Lic.- Adolfo López Mateos, en su Título Primero, Capítulo Unico, - Artículo 5o. señala:

"La Radio y la Televisión tienen la función social de - contribuir al fortalecimiento de la integración nacional y - al mejoramiento de las formas de convivencia humana. Al efecto, a través de sus transmisiones, procurarán.

1. Afirmar el respeto a los principios de la moral social, la dignidad humana y los vínculos familiares.
2. Evitar influencias nocivas o perturbadoras al desarrollo armónico de la niñez y la juventud.
3. Contribuir a elevar el nivel cultural del pueblo y a -- conservar las características nacionales, las costum--- bres del país y sus tradiciones, la propiedad del idioma y a exaltar los valores de la nacionalidad mexicana, y
4. Fortalecer las convicciones democráticas, la unidad nacional y la amistad y cooperación internacionales"³

3 LEY FEDERAL DE RADIO Y TELEVISION. PROMULGADA EN 1960 --- SIENDO PRESIDENTE DE LA REPUBLICA EL LIC. ADOLFO LOPEZ MATEOS.

2.3 ¿QUE ES LA REGIONALIZACION?

El Lic. Miguel de la Madrid Hurtado en su administración gubernativa dictó una política de descentralización cuyos alcances involucran a los medios de comunicación, preponderantemente a la Radio y la Televisión.⁴

Ante este hecho, la TV privada ha estructurado un plan de sistemas de TV regional,⁵ a través de los cuales sea posible la reafirmación de los valores de cada región que forma al país y que en un momento dado puedan convertirse en una red nacional capaz de integrar a toda la nación.

La regionalización es una necesidad estructural, dado el desarrollo del país y la diversidad cultural existente en él; esta política beneficiará al sistema mexicano de TV puesto que tanto el Estado como la iniciativa privada podrán participar con soluciones e imaginativas ideas, a través de las cuales se cumplan las funciones de educar y entretener desde una perspectiva regional. Así mismo, esta medida propiciará ventajas adicionales al crear nuevas fuentes de trabajo y permitir el desarrollo de una nueva sociedad. Para llevar a cabo la regionalización es menester el establecimiento

4 PLAN NACIONAL DE DESARROLLO 1982-1988. CAP. 9

5 G. MOLINA GABRIEL. "MEXICAN TELEVISION NEWS: THE IMPERATIVES OF CORPORATE RATIONALE". SAGUE PUBLICATIONS.

de un importante número de centros de producción privados y estatales, distribuidos a lo largo y ancho del país.

"La regionalización de las comunicaciones como fenómeno empírico, como norma política y estrategia es naturalmente noble.

Expresa los ideales de una sociedad en búsqueda de mayor participación de la sociedad civil y, de la misma forma aspira a una colaboración más cercana de los medios en los planes de desarrollo de nuestras sociedades regionales. Es, en verdad un plan encomiable"⁶

A través de los 50 años de existencia de la TV en México, ésta ha adquirido experiencia suficiente para responder a las necesidades actuales de nuestra sociedad en renglones políticos, sociales y económicos. La TV mexicana tiene la capacidad necesaria para enfrentar el reto que significa su descentralización y regionalización. La TV está en posibilidades para que cada zona pueda transmitir su propia programación.

Para llevar a cabo este proyecto, se debe hacer un análisis organizacional de los centros productores de provincia,

6 G. MOLINA GABRIEL. Op. Cit.

se debe aclarar la relación entre los valores integrales de la organización y los de la diversidad cultural.

En base a esto, podemos decir que la regionalización de los medios de comunicación es la implementación de sistemas de radio y TV con cobertura por regiones a través de los cuales se cumpla con las funciones de educar y entretener desde una perspectiva regional con el fin de promover el desarrollo de la región y la diversidad cultural.

En concreto, el plan de regionalización de la TV, emana de la política descentralizadora del ex-presidente Miguel de la Madrid, descrita en su Plan Nacional de Desarrollo (Cap.- II), cuyos alcances involucran a la radio y la TV. Ante este hecho la TV privada mexicana estructuró un plan de sistemas de TV regionales cuyo objetivo es reafirmar los valores culturales, económicos y sociales de cada región.

2.3.1. CAUSAS:

CENTRALIZACION DE LOS MEDIOS.

Los medios electrónicos de comunicación han cobrado una gran importancia por su impacto en la sociedad. Es difícil concebir la vida moderna sin la radio y la TV.⁷

En la actualidad grandes sectores de la población enriquecen su acervo a través -casi exclusivamente- de los medios de comunicación y, dependiendo de la programación y tendencia de éstos norma sus criterios y sus actividades. Lo que se dice y muestra en la TV, indudablemente influye de manera importante en el sentir de la sociedad mexicana.

Dada la importancia social y, el despegue que estos medios han tenido, el gobierno consideró que es importante que la radio y TV sirvan a los propósitos del desarrollo nacional.

Nuestro país, a través de su historia ha venido sufriendo un fuerte proceso de centralización en todos los niveles. El dominio del país ha sido tradicionalmente desde la ciudad de México, hoy en día no sólo es la capital política, sino también es la capital industrial, financiera, comercial, cul

7 G. MOLINA GABRIEL. Op. Cit.

tural, de los espectáculos. La gente acude a la ciudad de México, pues la estrategia económica adoptada por el país desde la década de los 40, la obligó a hacerlo.⁸

La radio y la TV no escaparon a esta tendencia, puesto que en este lugar se contaba con la infraestructura técnica, financiera; además de que en esta ciudad se encontraba -como hasta la fecha- el núcleo poblacional más grande del país.

Este fenómeno ha ocasionado que la diversidad de pensamientos, costumbres y culturas esparcidas en nuestro territorio hayan sido relegadas pues los medios sólo promueven concepciones de la realidad originarias de donde emana la señal.

Esto probablemente se deba a que la producción de TV en provincia era considerada como un valor secundario frente al establecimiento de una red sólida para la señal de los canales nacionales, así la tendencia general era producir en el centro y repetir la señal en la provincia.

Este criterio posiblemente era consecuencia de una estrategia de la principal productora comercial, hacia la maximización de sus espacios publicitarios, aunque esta misma tendencia se advierte en la televisión estatal.

9 RIDING ALAN. VECINOS DISTANTES. ED. PLANETA. MEXICO 1985.

En los últimos años se ha desarrollado la producción en provincia para las audiencias locales. La voluntad de establecer centros de producción en el interior de la República, descansa en la suposición de que una vez asegurada la cobertura nacional a través de los canales 2, 7 y 13, el sistema televisivo da pie a crear y promover señales locales que complementen la señal central.

Lo anterior es positivo, pues, como antes mencionamos, todos los medios de comunicación, mal llamados nacionales -- pues no por tener cobertura nacional reflejan en su real dimensión al país-- se encuentran ubicados en la capital de la República.

MEXICO, MOSAICO CULTURAL.

La extensa geografía de nuestro país reúne una riqueza cultural insuperable. A lo largo y ancho de nuestra nación se asientan grupos humanos de las más diversas costumbres. - Nuestro territorio engloba todos los climas del mundo, desde las tierras más fértiles hasta el desierto, y desde las cumbres nevadas hasta la densa selva.

Este factor ha sido fundamental para la diversidad que hoy México presenta; es evidente que los grupos humanos se fueron desarrollando en función del medio ambiente que los rodeaba, utilizando los recursos que encontraban en su entorno y desarrollando su propia cultura.

Desde la época pre-hispánica, en nuestro territorio florecieron grupos indígenas perfectamente distinguibles entre sí por su lengua, calendario, costumbres, sistema numérico y dieta, los cuales dejaron huella imborrable en nosotros, los habitantes del México moderno.

La llegada de los españoles aportó muchos elementos que conforman la mexicanidad, puesto que al entrar en contacto con las culturas indígenas aquí establecidas, tomaron un cariz distinto al puramente hispano. Es así como el grupo indígena radicado en cada región y el elemento español constitu-

yen las raíces de nuestra cultura. A estos elementos debemos aunarle la influencia de Francia y Estados Unidos, quienes han sido considerados como modelos a seguir y que también -- han colaborado para alcanzar el "producto final" que somos -- los mexicanos contemporáneos.

Otros factores determinantes en la diversidad de personalidades existentes en nuestro país: la clase económico-social y el nivel de educación.

En la actualidad en México viven aproximadamente 4 millones de indígenas repartidos en 53 grupos⁹ entre los que -- destacan los Mayas, Mazahuas, Otomfes, Chamulas Yaquis, Hui-choles, Zoques y Tzetzales entre otros. Por muchos años se pensó en que era necesario integrar a estos grupos al resto del país a través de su occidentalización. Afortunadamente -- hoy estamos conscientes de que esta variedad nos enriquece y ya no se habla de integrar, sino que se entiende a México como un país multi-étnico. El gobierno pretende elevar las condiciones de vida de los indígenas fortaleciendo su identidad y a la vez su mexicanidad.

Algunos antropólogos sociales han reconocido 200 regiones diferentes en los 30 Estados. Otros reconocen zonas más-

9 LOPEZ HECTOR. APUNTES DE SOCIOLOGIA GENERAL. UAG. 1983.

amplias:¹⁰

1. Los Estados circunvecinos de la ciudad de México.
2. Los del Occidente, bajo la esfera de influencia de Guadalajara.
3. La Costa del Golfo. (Principalmente Veracruz).
4. Los Estados agrícolas del Noroeste.
Los Centros Industriales del Noreste.
5. Las ciudades fronterizas con Estados Unidos.
6. La Península de Yucatán.
7. Chiapas y Oaxaca.

Sin embargo existen otros puntos de vista que revelan 3 Méxicos diferentes:

El Norte. Moderno y con gran influencia de Estados Unidos.

El Centro. Mestizo y Colonial.

El Sur. Antiguo e Indígena.

1. El Altiplano Central durante años ha sido dominado por la capital. Esta área contiene diferentes grupos indígenas, los cuales se han acoplado al modo mestizo de vida rápidamente por el proceso industrializador que la región vive.-

10 RIDING ALAN. Op. Cit.

En esta zona existen ciudades muy diferentes entre sí, como lo es la religiosa Puebla, la industriosa Toluca o las pequeñas comunidades guerrerenses.

2. Guadalajara ha sido la segunda ciudad en importancia de nuestro país. Bajo su esfera de influencia se encuentra el Estado de Jalisco, además de los Estados vecinos de Michoacán, Colima y Nayarit, aunque estas zonas también han contribuido en la identidad regional. Esta ciudad es muy conservadora, muy religiosa y orgullosa de ser criolla. En Michoacán es más fuerte la presencia indígena que en Colima y en Nayarit.

3. En la zona del Golfo, durante muchos años la ciudad más destacada fue Veracruz. A través de ésta llegaron inmigrantes de todas las naciones, quienes le dieron un aire cosmopolita, que aún conserva. Los veracruzanos tienen similitud con los cubanos en el acento, el gusto por el café y por el tabaco. Gracias a los yacimientos petroleros surgieron otros polos de desarrollo, primero hacia el norte como Tampico y Poza Rica, y luego hacia el sur como Coatzacoalcos, Villahermosa y ciudad del Carmen. Estudios sobre ubicación ideal de ciudades nuevas señalan a estos Estados. La región no solo es rica por su petróleo, también destaca la agricultura y la ganadería.

4. Poco poblado se encontraba el norte, y prácticamente no existían ahí civilizaciones prehispánicas, por lo que esta zona no fue conquistada sino colonizada, primero llegaron los misioneros y luego los mineros. Su desarrollo se inició hace aproximadamente 100 años alrededor de los centros mineros más importantes. Los norteños buscan lo nuevo, adoptan técnicas y actitudes americanas, son más francos e incluso más altos y blancos que el resto de los mexicanos. Son trabajadores esforzados, creen en la libre empresa y en la motivación de las utilidades. Dentro de esta zona existen diferencias: El Noroeste es más agrícola y ganadero y el Noreste -- más industrial.

5. Las ciudades fronterizas por años fueron solamente puntos de paso. Su desarrollo se inició al convertirse en refugios contra las leyes estadounidenses. La Segunda Guerra orilló a muchos norteamericanos a cruzar hacia el sur en búsqueda de diversión, asimismo la escasez de mano de obra en el país vecino se convirtió en un imán para la población del resto de México, quienes por el control fronterizo se quedaron a radicar en el lado mexicano propiciando un fuerte crecimiento poblacional. En 40 años -de 1940 a 1980- la población de: Tijuana, Mexicali, Nogales, Piedras Negras, Ciudad Juárez, Nuevo Laredo, Reynosa y Matamoros, se multiplicó por 20 con lo que llegó a 3.5 millones. En la actualidad el impresionante crecimiento de la industria maquiladora en Méxi-

co se ha centrado en esta región, por lo cual muchas de estas ciudades sufren de servicios insuficientes.

La personalidad de la población no está bien definida, pues está constituida por inmigrantes de toda la nación y -- tienen una fuerte influencia estadounidense. Casi todos los pobladores han visitado los Estados Unidos, pero pocos conocen la ciudad de México; el inglés se habla profusamente y -- las tradiciones se mantienen vivas más por el turismo que -- por convicción.

6. El Sur es estático y pobre. Su forma la tomó de la -- época prehispánica.

En Yucatán la población maya sigue predominando con sus costumbres, lenguaje, cultura, religión y orgullo, en medio de una gran pobreza, pues este Estado no cuenta con cultivos ni con industrias. La actividad principal es el cultivo del henequén el cual lo compra el gobierno. Recientemente con el impulso al turismo, concretamente en Can Cún, se han abierto muchas fuentes de empleo y en caso de que se lleven a cabo -- la promoción e inversiones previstas para este sexenio (88 - 94) la situación podrá ser aliviada.

La población mestiza es muy regionalista, se siente aislada del resto del país, y ellos mismos se diferencian de --

los demás mexicanos. Tienen una gran dignidad.

7. Con una gran población indígena, Oaxaca contiene 570 municipios, cada uno de los cuales representa un pueblo o comunidad existente desde antes de la conquista. Cada grupo familiar numeroso tiene su propia tradición de autogobierno. - La inmensa miseria que vive el Estado y la baja productividad de las tierras son causa de una gran emigración hacia Puebla y la Cd. de México. Los principales grupos étnicos son el zapoteco y el mixteco. En Oaxaca -según el X Censo de Población y Vivienda- viven 225 mil personas que no hablan español.

Chiapas es un Estado muy fértil, con una gran diversidad de climas. Este Estado como Oaxaca, posee una numerosa población indígena, aunque de otras etnias. Aquí sobresalen los tzetzales, zoques, chamulas, entre otros. Este Estado es rico en recursos, pero falto de capital. Los chiapanecos están sumidos en la pobreza, pese a esto, la población es muy amable y muy alegre, aunque desconfiada. Tienen cierto resentimiento con el gobierno federal, pues consideran que los tiene olvidados; ellos decidieron adherirse a México hacia 1830. La situación de Chiapas ha dado lugar a un foco de descontento materializado principalmente a través del magisterio. Este Estado tiene más similitud con Guatemala que con Oaxaca.

El análisis de la diversidad socio-cultural mexicana es muy amplio, y puede ser motivo de profundos estudios sociológicos que enriquezcan el patrimonio nacional.

OBJETIVOS DE LA REGIONALIZACION

El plan de regionalización, surgió a partir de las necesidades locales y regionales de preservar nuestra riqueza -- cultural, en base a esta necesidad se han proyectado los objetivos para el desarrollo de este plan.

1. Satisfacer la necesidad de comunicación acorde a las formas de expresión propias de cada región.
2. Promover la identidad de cada uno de los grupos ubicados en nuestro país.
3. Arraigar y promover el respeto por los valores locales.
4. Impulsar el desarrollo de una sociedad unida a su entorno.

Los objetivos principales es sin duda satisfacer la necesidad de comunicación, acorde a las formas de expresión regional, así como promover la identidad de cada uno de los -- grupos ubicados en nuestro país.¹¹

A través de las estaciones regionales de TV, se pretende arraigar y promover el respeto por los valores locales, - tomando en cuenta las funciones que la Ley confiere a los me

11 G. MOLINA GABRIEL. Op. Cit.

dios de comunicación de educar y entretener, pero desde una perspectiva local.

Es deber de los medios electrónicos de comunicación colectiva regionalizados, impulsar el desarrollo de una sociedad unida a su entorno, orgullosa de su identidad, consciente de su historia, sus valores y orientada a trabajar en su región, para su región fortaleciendo a México, salvaguardando nuestra riqueza cultural e integrando un país heterogéneo y versátil en base a nuestra mexicanidad.

La TV estatal, por su lado ha citado frecuentemente objetivos en 2 direcciones:

- A) Diversidad Cultural
- B) Apoyo a los planes regionales de Desarrollo.

En lo relativo a la diversidad cultural, durante el primer "Encuentro Nacional de TV Regional" se dijo que la TV regional es para "estimular la búsqueda de una TV auténticamente regional sustento de la comunicación nacional" y para --- "avanzar en la definición sobre: La naturaleza y la dirección de la comunicación, atendiendo a la diversidad social, política y cultural".

Esto es, en síntesis, promover la diversidad cultural - de nuestros pueblos, para conocernos entre sí, aprovechando-

la tecnología de nuestro tiempo, ensanchando la comunicación entre los mexicanos.

En lo referente al apoyo a los planes regionales de desarrollo, el Instituto Mexicano de la TV establece que la TV regional tiene entre sus principales metas coadyuvar y apoyar a la educación popular, además de participar en la difusión de la cultura con base en nuestra idiosincrasia; en resumen, funcionar como un mejor apoyo a las dependencias gubernamentales, siendo promotores de los planes regionales y nacionales de desarrollo.

En este apartado debemos indicar que dentro de los objetivos señalados no se tomaron en cuenta los intereses propios de cada organización. El fin de toda empresa -como es sabido- es el lucro; para conciliar los fines de la regionalización con las de las entidades comerciales, se debe hacer uso de la investigación para conocer las preferencias y necesidades del auditorio, además de cuidar que la producción local sea de calidad competitiva tanto en contenido como en diseño.

Es menester señalar que cada televisora debe contar con objetivos específicos, los cuales deben emanar de la investigación de necesidades particulares de la región en la que se encuentran enclavados; esto es, que además de las metas gene

rales de este movimiento deben tomarse en cuenta los problemas y necesidades que presente cada región, para concebir un programa realista y circunscrito al entorno social, político y económico de la zona a la que se pretende servir.

2.3.3. ZONAS ESTABLECIDAS POR LA TV PRIVADA

La TV privada, basándose en los aspectos geográficos, - sociales y culturales, ha establecido 8 zonas, a saber:¹²

I EL GRAN VALLE DE MEXICO.

II LA COSTA PETROLERA.

(DESDE PARTE DE TAMAULIPAS HASTA TABASCO)

III YUCATAN

IV EL SUR TROPICAL

(DESDE GUERRERO HASTA CHIAPAS)

V EL BAJIO

(GUANAJUATO, QUERETARO, SAN LUIS POTOSI, MICHOACAN)

VI EL OCCIDENTE

(DESDE JALISCO HASTA SONORA)

VII ZONA MINERA E INDUSTRIAL DEL NOROESTE.

VIII LA GRAN FRONTERA CON LOS ESTADOS UNIDOS.

Al analizar las presentes regiones nos topamos con algunas interrogantes como por ejemplo: ¿Dónde queda el Estado de Colima?, ¿En qué zona se incluye el Estado de Aguascalientes?, ¿Qué porción de Sonora pertenece a "la gran frontera con Estados Unidos" y qué porción a la "Occidente?", ¿Baja California Sur, en cuál zona debe estar?, esto en el plano pu-

12 G. MOLINA GABRIEL. Op. Cit.

ramente geográfico, sin embargo también es de llamar la atención si es posible formar una sola región desde Jalisco hasta Sonora, pues las personas de estos Estados son muy diferentes en su forma de hablar, de conducirse, en su comida entre otros aspectos.

Es muy discutible esta zonificación, pues aunque algunas regiones han sido seleccionadas con buen criterio, como "El Gran Valle de México", y "Yucatán", en otras podemos observar, se pasaron por alto algunos de los perfiles sociales locales, lo cual es una falta grave.

Indudablemente muchos Estados de México comprenden diversas zonas culturales bien definidas, como la Huasteca en San Luis Potosí, la Huichola en Jalisco, La Chamula en Chiapas o La Mazahua y Otomí en el Estado de México. La existencia de Televisoras enclavadas en zonas étnicamente distinguibles es aún un sueño, debido a los problemas que ellas enfrentarían.

Estas zonas, por lo regular, se encuentran marginadas del resto del país, no debemos perder de vista que para instalar canales de TV es necesaria infraestructura, como por ejemplo energía eléctrica, caminos; por otro lado sería necesario conocer la cantidad de aparatos receptores existentes. Debemos dejar en claro que la instalación de este tipo de te

levisoras sería muy benéfico por lo que no podemos desecharlo, sólo posponerlo para cuando la situación económica del país nos permita realizarlo, pues para llevar a efecto un plan de esta naturaleza, serían necesarios cuantiosos recursos financieros que en la actualidad no están disponibles, y que en caso de existir deberían ser canalizados a la satisfacción de necesidades más apremiantes como alimentación y creación de empleos.

Para establecer las zonas en las que se pretende regionalizar la televisión estamos obligados a tomar en cuenta la infraestructura ya existente, la capacidad que los canales tienen para producir, su cobertura, además de los perfiles sociales, culturales y económicos de cada lugar en los que éstos se encuentran.

Considerando estos factores se debe hacer un nuevo diseño de estas zonas.

Pese a estas dificultades, la regionalización puede iniciarse en base a la infraestructura existente, pues prácticamente cada Estado cuenta al menos con una estación, destacando el caso de Tamaulipas, que alcanza las 5 estaciones.

Aunque cada Estado contiene zonas social y culturalmente diferentes esta diversidad se puede enfrentar con varie--

dad en la programación planeada en base a la satisfacción de necesidades, gustos e inquietudes de la población a la que sirve.

También existe la posibilidad de crear cadenas que cubran los territorios de cada región utilizando las estaciones ya instaladas. (Ver Mapa en página siguiente).

Adentrándonos a nuestro caso específico, para cubrir la zona "Occidente" se debe enlazar a XHG-TV C-4 de Guadalajara, XHKG-TV C-2 de Tepic, XHM-TV C-7 de Mazatlán, XHQ-TV C-3 de Culiacán, XHCG-TV C-12 de Los Mochis, XHI-TV C-2 de Ciudad Obregón y a XEWH-TV C-6 de Hermosillo.

La creación de esta cadena no abarcaría la totalidad del área a regionalizar puesto que -por ejemplo- XHG-TV C-4 no cubre íntegramente el territorio de nuestro Estado, Jalisco, por lo cual se hace necesario tomar las medidas técnicas adecuadas para lograr la cobertura, por otro lado también se enfrentan otros problemas como el aspecto comercial -ya que cada canal se sostiene gracias a los anunciantes entre los que destacan los locales-, el de la disposición que tengan las concesionarias para la integración, además de en qué lugar se realizarían las producciones o en su defecto en qué proporciones sería esta producción y en qué nos basaríamos para establecer las proporciones.

TELEVISORAS EN LA REPUBLICA MEXICANA



* DATOS OBTENIDOS DEL LIBRO DE MEDIOS 1988.

Para todas estas dificultades existen alternativas de solución, como establecer la producción y tónica de ésta en base a la cantidad de población existente con tal o cual inquietud, considerando más importante al grupo poblacional ma yoritario sobre los minoritarios y en lo referente a la comercialización, dejar que cada canal obtenga diferentes patrocinadores para los mismos programas. Esta última medida podría redundar en mayores ingresos. Sin embargo, esto podría acarrear un centralismo dentro de los planes de regionalización, al concentrarnos en las necesidades de la mayoría, se puede dejar de lado a los demás grupos poblacionales. Por lo visto anteriormente, considero más viable dejar a cada estación la zona en la que se encuentra enclavada, puesto que al atender un territorio más pequeño, está en posibilidades de servir mejor a su auditorio. Es así como a XHG-TV C-4 le correspondería el Estado de Jalisco.

LIMITACIONES DE LA REGIONALIZACION

El plan de regionalización en el área de los canales -- privados enfrenta algunos obstáculos importantes.

Los objetivos de la regionalización deben estar coordinados con los de las estaciones. En ninguna parte se mencionó promover el desarrollo de la televisora, ya que la regionalización se fundamentó exclusivamente en las necesidades nacionales o, en su defecto, regionales.

El principal objetivo de la televisión privada -como de cualquier empresa- es la maximización de ganancias; por esto, las estaciones prefieren repetir programas de éxito comprobado que arriesgarse a la producción local; simplemente resulta más sencillo comprar series como "El Maleficio", "Los Ricos también lloran" y comercializarlos. Es aquí donde el objetivo de la diversidad cultural choca con el de la maximización de ganancias.

Una posibilidad para superar este obstáculo es crear -- programación con gran calidad, de modo que realmente atraiga al público, aunque los dueños de las televisoras pueden replicar que ellos ya atraen al público mediante series de reconocido éxito. Sin embargo podemos pensar en que los programas aquí producidos podrían ser intercambiados o vendidos a-

televisoras interesadas siempre y cuando tengan calidad y -- así no solo bajar costos sino incluso generar ganancias. Si bien estos programas deben responder a las necesidades regio nales, debemos tomar en cuenta que una de las funciones de - la TV -según la ley- es educar, por lo cual programas de con tenido estrictamente regional pueden causar interés en otras zonas. Un programa -por ejemplo- ubicado en Mérida puede --- atraer a los espectadores tapatfos porque mediante él podrán conocer la forma de vida, los modismos y el acontecer diario de los yucatecos.

El espacio televisivo dedicado a este tipo de programas debe ser limitado, con la finalidad de no desvirtuar los ob jetivos de la regionalización referentes al fomento de la -- identidad regional, aunque promovería el de la diversidad -- cultural al mostrar un México heterogéneo y difundir nues--- tras diferentes costumbres, pues aunque no las practiquemos - siguen siendo nuestras, ya que debemos recordar que todos so mos mexicanos.

También los programas que trataran problemas comunes a- varias regiones podrian ser comercializados.

Estamos obligados a conocer los objetivos que las esta- ciones se han planteado, así como las estrategias que han di ñado para alcanzarlos y una vez relacionados con los de la

regionalización, podremos obtener resultados concretos y susceptibles de ser alcanzados.

Por otra parte existe una gran dependencia de las televisoras regionales con sus matrices, casi siempre Televisa; los canales independientes se encuentran en la misma situación.

En el caso de canal 4, Televisa le envía las películas que deberán programar mensualmente, así como las telenovelas. Este es un grave obstáculo, debemos trabajar para erradicar estos modelos de conducta y promover mayor libertad en la decisión de cómo programar cada televisora.

En cuanto a la producción local, ésta es muy similar a los programas originarios del centro. La tendencia a emularlo hecho en el centro debe ser revertida; por otra parte esta producción requiere mayor calidad, es necesario contar con equipo técnico y humano idóneo para realizar programas competitivos. Cuando se capacita al personal, éste se ve atraído hacia el centro tanto por los intereses empresariales como por los individuales, puesto que el laborar en un canal de cobertura nacional resulta muy atractivo para cualquier persona involucrada en la tarea de la TV.

La programación se diseña en base a las "corazonadas" -

de los productores y no a la investigación; este punto es -- muy trascendente pues el realizar una investigación de mercado exige esfuerzo, tiempo y dinero, lo cual las televisoras no están en posibilidad de gastar.

Existe un obstáculo más: Las televisoras regionales son concebidas --aún en el plan de regionalización-- como complementarias a la señal nacional,¹³ y no como competidoras.

Esto implica una subordinación de los intereses de las estaciones locales para con las nacionales, lo cual dificulta aún más nuestro trabajo.

Son muchas las trabas que debemos enfrentar para convertir en éxito el plan regionalizador, estamos obligados a conciliar y armonizar las diferentes posturas para lo cual solo contamos con la creatividad y el trabajo férreo en la consecución de la meta.

13 G. MOLINA GABRIEL, Op. Cit.

C A P I T U L O I I I

RELACION FUNCION DE LA TV, REGIONALIZACION DE LA TV.

3.1. AREA GEOGRAFICA DE ACCION A REGIONALIZAR.

El área geográfica a la que Canal 4 debe servir se concretiza al Estado de Jalisco, pues aparte de canal 6 no se cuenta con otro canal de TV en el resto de nuestro Estado.

Jalisco tiene un área de 80836 Kms², en el cual se distinguen, de acuerdo al análisis de datos demográficos, económicos, sociales y administrativos efectuado por el gobierno del Estado, a través del Departamento de Economía en 1971, 5 áreas más o menos homogéneas¹:

1. El Centro:

Compuesto por 38 municipios, entre los que destacan Guadalajara, Ocotlán, Ameca y Tequila. Esta región es la más desarrollada de todo el Estado. Concentra el 81.3% de la Industria² y el 73% de la población total del Estado.³

2. Los Altos:

Esta zona ha sido -junto con Guadalajara- la que más di

1 ENCICLOPEDIA DE MEXICO. EDICION 1987 T/8. 4415 pp.

2 ENCICLOPEDIA DE MEXICO. EDICION 1987 T/8. 4415 pp.

3 DATOS PROPORCIONADOS POR EL CONSEJO ESTATAL DE POBLACION.

fusión recibió a través de la época de oro del Cine Mexicano. La Región Alteña fue uno de los principales escenarios de la Revolución Cristera, es profundamente Católica, lo cual se refleja en las extraordinarias construcciones religiosas que podemos apreciar. Un gran número de sus pobladores tienen rasgos físicos que los diferencian de los habitantes del resto del Estado, pues son blancos de ojos claros. La belleza de la mujer alteña es reconocida en todo el Estado. Los Altos están constituidos por 19 municipios, entre los que destacan Tepatitlán, Lagos de Moreno, San Juan de los Lagos y Teocaltiche; cuentan con el 9.6% de la población⁴ y el 7.4%⁵ de la Industria.

3. El Sur:

Zona principalmente agrícola y ganadera, contiene 43 municipios, destacando Ciudad Guzmán -la segunda ciudad por habitantes en el Estado-, Autlán, Zacoalco, Tamazula y Tecalitlán. En esta región vive el 12.14%⁶ de la población total y contiene el 8.6%⁷ de la Industria.

4. La Costa:

Esta zona cuenta con pocos medios de comunicación; tiene el 3.5%⁸ de la población y el 2.1%⁹ de la Industria. El alto potencial turístico de la región ha sido mal aprovechado.

4,6 y 8 DATOS PROPORCIONADOS POR EL CONSEJO ESTATAL DE POB.
5,7 y 9 ENCICLOPEDIA DE MEXICO. T-8. MEXICO 1987 4459 pp.

do, por lo cual podríamos subdividir en la costa norte y la costa sur, siendo la primera la más destacada y con gran auge. La población costera más importante es Puerto Vallarta - de fama internacional, aunque otros municipios importantes - son: Cihuatlán, Tomatlán y Mixtlán. En total está formada, - esta región, por 14 municipios.

Puerto Vallarta se ha convertido en un importante polo de desarrollo no sólo regional y estatal sino aún nacional.- En 1985 recibió 584000 turistas¹⁰, de los cuales 330 mil fueron extranjeros.

5. El Norte:

El Norte del Estado es sin lugar a dudas la zona más pobre de Jalisco. Contiene 10 municipios, entre los que destacan Colotlán, Mexquitic y San Martín de Bolaños. Es una zona árida habitada principalmente por huicholes, quienes viven - semi-aislados del resto de la nación.

Algunas obras se han emprendido con la finalidad de promover el desarrollo de la zona, como la carretera a Colotlán, sin embargo queda mucho por hacer. Esta zona posee el 1.65%¹¹

10 ENCICLOPEDIA DE MEXICO. T-8. MEXICO 1987 4460 pp.

11 DATOS ESTIMADOS Y PROPORCIONADOS POR EL CONSEJO ESTATAL-DE POBLACION.

de la población y apenas el .5% de la Industria.¹²

Según el COEPO, la población estimada en 1989 en el Estado es de 5 millones 954 mil habitantes en 124 municipios, de los cuales 43 tenían una población menor de 10 mil habitantes; 65 se ubicaban entre los 10 y 50 mil y solamente 15 municipios tenían una población mayor a esta última cifra.

El 63% de la población era menor de 24 años. El 86% de los mayores de 15 años sabían leer y escribir; sólo el 1.2% de la población total habla alguna lengua indígena y únicamente el .25% no hablaba español.¹³

De la población total el 32.3% constituye la población económicamente activa (PEA), la cual está distribuida de la siguiente forma: 17.5% a la agricultura; .13% a la minería; - 16.2% a la industria; .18% servicios eléctricos y agua; 5.6% a la construcción; 11% al comercio; 3.8% a los transportes; - 1.8% a los servicios financieros; 12.77% a los servicios comunales; 28.8% a tareas no especificadas. De la PEA únicamente el 1.9% eran profesionistas y el 2.3% técnicos.¹⁴

Para 1989 el Consejo Estatal de Población estimó la PEA

12 ENCICLOPEDIA DE MEXICO. T-8 MEXICO 1987. 4459 pp.

13 ENCICLOPEDIA DE MEXICO. T-8 MEXICO 1987. 4455 pp.

14 ENCICLOPEDIA DE MEXICO. T-8 MEXICO 1987. 4459 pp.

en 36% de la población total de el Estado, la cual distribuyen de la siguiente manera: Agricultura 19.1%; Industria --- 31.1%; Servicios 43.5%; Insuficientemente especificada 5.46%, Desocupados que nunca han trabajado, .78%.

Jalisco es un Estado rico en tradiciones y folklore, como la visita a los 7 templos, las peregrinaciones a Zapopan (12 de Octubre) y a San Juan de los Lagos (15 de Agosto y 2- de Diciembre); o su música -la de mariachi- que se ha convertido en la más representativa de toda la nación. Así mismo -aportó al país la bebida mexicana por excelencia, el Tequila. Jalisco tiene una personalidad muy definida, es por esto que se ha estereotipado -para el resto de México- en tierra de -mariachis o de futbolistas; sin embargo Jalisco es más que -eso, es un Estado cuya gente se esfuerza por mejorar su nivel de vida con creatividad, y que se constituye en una sociedad emprendedora y laboriosa, conservadora en algunos aspectos e innovadora en otros. Es difícil precisar la idiosincrasia de un pueblo, y aquí no pretendo hacerlo, solamente -intento presentar algunos rasgos generales sobre Jalisco.

Debemos aclarar que durante el sexenio de el Lic. Enrique Alvarez del Castillo, (1982-1988) el Estado fue dividido en el Plan Jalisco¹⁵ en 10 regiones, las cuales seguirán vi-

15 PLAN JALISCO. UNIDAD EDITORIAL DEL ESTADO. GUADALAJARA, -JAL. 1984. 79-91 pp.

gentes durante el mandato de el Lic. Guillermo Cosfo. Estas regiones se manejan a nivel estatal, pues en el ámbito nacional se reconocen las 5 anteriormente descritas. Las 10 regiones son:

- | | | | |
|-----|-------------|------|-----------------|
| I | GUADALAJARA | VI | AMECA |
| II | GUZMAN | VII | PUERTO VALLARTA |
| III | TAMAZULA | VIII | TEPATITLAN |
| IV | COLOTLAN | IX | LAGOS |
| V | AUTLAN | X | LA BARCA. |

3.2 FUNCION DE CANAL 4 EN ESTA ZONA A REGIONALIZAR.

3.2.1 COBERTURA DE CANAL 4.

En la actualidad XHG TV C-4 cubre casi la totalidad de Jalisco¹⁶ y algunas zonas aledañas de los Estados de Nayarit, Zacatecas, Michoacán, Colima y Guanajuato; llegando a poblaciones como Jalisco, Jala y Ahuacatlán en Nayarit; San Miguel el Alto, Arandas, Ixtlahuacán, Chapala, Cocula, Ameca, Sayula y Mazamitla entre otros en el Estado de Jalisco.

Además por telecable alcanza las poblaciones de: Atotonilco, Jal.; Cotija, Mich.; Irapuato, Gto.; Jiquilpan, Mich.; La Barca, Jal.; Lagos de Moreno, Jal.; Lázaro Cárdenas, Mich.; León, Gto.; Manzanillo, Col.; Morelia, Mich.; Ocotlán, Jal.; Puerto Vallarta, Jal.; Purépero, Mich.; Puruándiro, Mich.; Querétaro, Qro.; Sahuayo, Mich.; San Juan de los Lagos, Jal.; Tamazula, Jal.; Tangancícuaro, Mich., Teocaltiche, Jal.; Uruapan, Mich.; Yurécuaro, Mich.; Zacapu, Mich.; Zamora, Mich.

En esta relación de poblaciones se encuentran algunas - como San Juan de los Lagos, la cual Canal 4 alcanza con su - cobertura normal, sin embargo también se encuentra entre las poblaciones a las que la señal llega gracias al Telecable. - Esto se debe a la orografía de cada zona en particular.

16 DATOS OBTENIDOS DE EL FOLLETO DE PROGRAMACION DE TELEVISION DE GUADALAJARA. JUNIO 1988

En un plazo de 18 meses* el canal pretende mudar el --- transmisor a un lugar más conveniente gracias a esto, estará en posibilidad de cubrir todo el Estado. Este hecho es muy importante para que el canal cumpla cabalmente su función como televisora regional.

* INFORMACION RECABADA EN JULIO DE 1989.

3.2.2. PROGRAMACION DE CANAL 4.
DURANTE EL MES DE JULIO

La programación de Canal 4 se constituye de la siguiente forma:

HORA	DE LUNES A VIERNES	SABADO	DOMINGO
8:30	SUPER VACACIONES DEL 4 (L) ⁺		SUPER VACACIONES DEL 4 (L)
9:00		LOS GRANDES DE LAS CANCIAS	
9:30			FUTBOL RAPIDO UNIVERSITARIO
10:00	A.M. MAGAZINE (L)	SUPER SABADOS DEL 4 (L)	HOLA OLA'89 (L)
11:00			
11:30	ENTPE NOSOTRAS (L)		DE MUJER A MUJER
12:00		NUESTRA FAMILIA (L)	UNIVERSO CULTURAL
12:30	HASTA LA COCINA (L)	UNA SONRISA CON CEPILLIN	
13:00			AL TANTO EN LA CULTURA (L)
13:30	VARIEDADES DEL 4 (L)	EL CINE DE CAPULINA	
14:00			PERMANENCIA VOLUNTARIA MEXICANA
14:30	AL TANTO (L)		CAPSULA AL TANTO (L)
15:00	CICATRICES DEL ALMA	EL CINE DE DON SUSANITO	
16:00	MARIA DE NADIE		
16:50			
17:00	JUANA IRIS	DINASTIA SOLER	
18:00	PELICULA		CAPSULA AL TANTO (L)
18:50			
19:00		TIN TAN EL PACHUCO INOLVIDABLE	
20:00	SFUCCION		CAPSULA AL TANTO (L)
20:45		AL TANTO	
20:50			
21:00	AL TANTO (L)	BOX	
21:30	MAGAZINE (L)		
22:50			CAPSULA AL TANTO (L)
23:00	PELICULA	RECORDANDO A...	AL TANTO EN LA CULTURA (L)

+ LOCAL

Asimismo se cuenta con una barra musical de 19:30 a -
20:00 hrs. y una deportiva de 22 a 23 hs.:

DIA	BARRA MUSICAL	BARRA DEPORTIVA
LUNES	CONTRASTE JUVENIL (L)	JORNADA FUTBOLERA (L)
MARTES	VIDEOROCKOLA	LUCHA LIBRE (L)
MIERCOLES	CUATRO VIDEO (L)	MIERCOLES DEPORTIVO (L)
JUEVES	ROCKETERIA	CUATRO EN EL 4 (L)
VIERNES	A TU AIRE	HABLANDO DE TOROS (L)

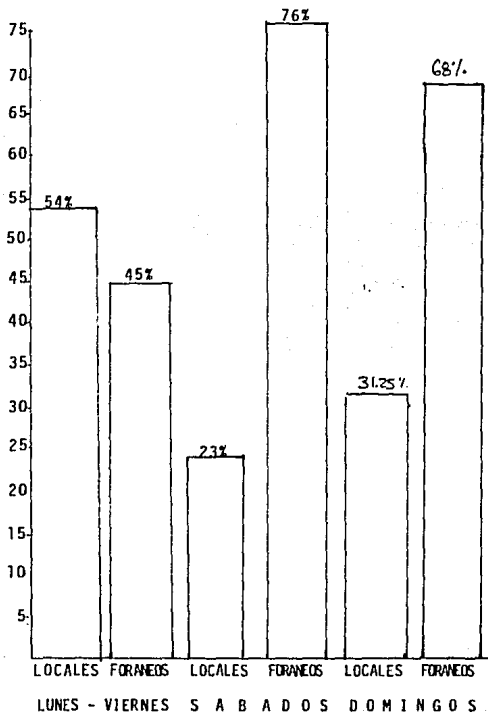
Este canal tiene un considerable porcentaje de produc--
ción local. De lunes a viernes tiene un total de 10:00 hs. -
de transmisiones, de las cuales 9 hs. (54.54%)* corresponden
a programas locales y 7:30 hs. (45.45%) a foráneos. Estos --
programas son:

AM MAGAZINE: Noticias, Eventos locales, Entrevistas, Reportag
jes. Conductores Antonio Romero y Magdalena Torres.

ENTRE NOSOTRAS: Programa con entrevistas que abordan diver--
sos temas de interés general. Tiene secciones como ginecolo-
gía, sexología entre otras.

* VER GRAFICA EN PAGINA SIGUIENTE.

PROGRAMACION LOCAL Y FORANEA EN PORCENTAJES
DURANTE EL MES DE JULIO.



HASTA LA COCINA: Recetas para cocina a cargo de la señora -
Eva Zárate.

VARIEDADES DEL CUATRO: Programa musical a cargo de Patricia-
García de Mendoza y Adriana González.

AL TANTO. Noticiero local. Incluye dos noticieros de lunes a
viernes de 30 minutos cada uno. El Sábado un resumen de 15 -
minutos y el domingo 3 espacios de 10 minutos.

MAGAZINE: Noticias sobre espectáculos y sociales de la re---
gión, además de reportajes sobre hechos importantes o curio-
sos en el Estado, el país y el mundo.

Dentro de la barra musical:

CONTRASTE JUVENIL: Programa musical dedicado a los jóvenes -
con un invitado quien interpreta varios de sus temas. Tam---
bién participa el ballet de Milton Ghio.

VIDEO ROCKOLA: Musical con Memo Ríos en la conducción, chis-
tes e invitados.

CUATRO VIDEO: Videos musicales de corte moderno.

Dentro de la barra deportiva:

JORNADA FUTBOLERA: Mesa redonda donde se discute el futbol nacional y regional con Enrique Bermúdez, Roberto Guerrero, Pablo González y Miguel Valencia. Sus secciones son: El mejor gol, El mejor jugador y la otra cara del futbol.

LUCHA LIBRE: Transmisión de la lucha libre desde el Coliseo de Guadalajara.

MIERCOLES DEPORTIVO: Lo más sobresaliente de los deportes en la región y entrevistas. Conductores: Carlos Romero, Mario Ortega, Enrique Navarro y Victor Castillo.

CUATRO EN EL 4: Polémica deportiva especializada en el futbol.

HABLANDO DE TOROS: Comentarios sobre las corridas de toros efectuadas en diferentes plazas, así como todo lo referente a la cultura taurina. La conducción está a cargo de Roberto Guerrero y Juan Pablo Romero.

La producción local baja sensiblemente el día sábado; -
XHG transmite 16 horas este día, de los cuales 3:45 horas -

(el 23.43%) corresponde a programación local y 12:15 horas - (el 76.56%) a la foranea.

Los programas locales son:

SUPER VACACIONES: Rutinas de ejercicios básicos, caricaturas, concursos, con la conducción "Estrellita", Karla, el Mago -- Granel.

NUESTRA FAMILIA: Programa de orientación y consejos del DIF-local.

El domingo la situación es similar a la del día ante---rior correspondiendo de las 16 hrs. de transmisión 6:30 ---- (31.25%) a los programas tapafíos y 11:00 horas (68:75%) a - los foraneos.

La programación local está constituida por:

HOLA OLA 89: Programa musical en que Ofelia Cano -conductora - entrevista a su invitado, el cual interpreta varios de su-temas en diversos escenarios de nuestra ciudad.

AL TANTO EN LA CULTURA: Reseña artística de exposiciones, -- conciertos, puestas en escena, que hayan tenido lugar en --- nuestra ciudad.

Del total de la programación local, los programas más -
significativos desde mi punto de vista, por su contenido son:
Al Tanto, Magazine, A.M. Magazine, Al Tanto en la Cultura, -
Nuestra Familia; pues estos satisfacen la necesidad de infor
mación acerca de nuestro entorno inmediato que la sociedad -
tiene.

3.2.3. PENETRACION DE CANAL 4.

Es difícil conocer la penetración real de la T.V. ya -- que está hecha para el tiempo libre de los televidentes, por lo cual la frecuencia en días y horas que es vista varía mucho; así mismo un número considerable de personas no hacen distinción entre los canales que ven. Por otro lado el fácil acceso a los televisores de control remoto está causando en todos los estratos sociales, aunque en diferentes proporciones -- que el televidente, no se arraigue a un canal, sino que ve hasta 2 programas al mismo tiempo.

El hecho de que los tele-espectadores repartan el tiempo que permanecen frente a la T.V., entre varios canales, hace aún más difícil evaluar la penetración de una estación televisora.

Pues depende de factores subjetivos y circunstanciales de cada individuo como ocupaciones, gusto o desagrado por la T.V. entre otras.

Debemos aclarar que es posible conocer la penetración -- de un canal a través de los programas que éste transmite, al conocer la popularidad que éstos alcanzan.

Para conocer la penetración de canal 4, se recurrió a --

la realización de una encuesta; para lo cual se determinó -- una muestra de 120 personas a través de la fórmula correspondiente¹⁷; para que fuera representativa se repartió proporcionalmente de acuerdo a la población de cada una de las --- tres zonas que cubre el canal quedando como sigue:

Zona Centro:	87 encuestas. (4'860,000 hab.)
Zona Los Altos:	17 encuestas. (576,000 hab.)
Zona Sur:	21 encuestas. (728,000 hab.)

Para aplicar dichas encuestas se eligió de entre las poblaciones más importantes de cada zona, considerando su cercanía con Guadalajara. Las poblaciones elegidas fueron: Guadalajara, Sayula y Tepatitlán. En el caso de Guadalajara se optó por dividir las encuestas en tres partes para aplicar - en el mismo número de zonas de nuestra ciudad, tomando en -- cuenta el nivel socioeconómico. Las zonas elegidas fueron: - El Colli, Providencia y Mirador del Sol.

EL CUESTIONARIO.

Después de realizar la encuesta piloto, al aplicar a 20 personas el cuestionario, se decidió redactarlo en tres partes:

17 ROJAS SORIANO R., GUIA PARA REALIZAR INVESTIGACIONES SOCIALES. 1987, ED. P y V, p. 172

- Datos generales.
- Penetración Canal 4.
- Identificación de necesidades o gustos insatisfechos.

La primer parte consta de tres preguntas.- Sexo, ocupación y edad. Esta última se dividió en segmentos de 10 años, desde los 10 hasta los 50 o más.

2a. Parte:

1. ¿Ve usted televisión?

Es la pregunta obligada como introducción al tema, así como para saber si es posible la aplicación del cuestionario.

2. ¿Ha visto Canal 4?

Sí__ No__

Esta pregunta tiene como fin el conocer qué tanta gente ve el Canal 4.

3. ¿Qué días lo ve a la semana?

L__ M__ M__ J__ V__ S__ D__

Esta pregunta contiene dos fines, por un lado valorar la penetración real del canal y por el otro dar un valor específico a las respuestas siguientes, pues una persona que ve más el canal tendrá más elementos de juicio para opinar.

3a. Parte.

4. ¿De los programas que transmite actualmente canal 4 men cione cuáles son los que le gustan?

Esta pregunta tiene como fin conocer hasta qué punto ca nal 4 satisface los gustos de las personas, así como -- cuál o cuáles son los programas más gustados y qué pa-- pel juegan los de producción local con respecto a los - de repetición.

5. ¿De los programas que transmite actualmente canal 4 men cione cuáles son los que no han logrado su interés?

Para conocer los programas de menor aceptación por parte del público y el papel que juegan los de producción local frente a los foraneos.

6. ¿Qué temas le gustaría que tratara canal 4 en su progra mación?

Con la finalidad de conocer cuáles son los gustos o necesidades que canal 4 no satisface con su programación. También los tipos de programas más solicitados para mejorar el perfil de programación de XHG.

Para conocer con qué frecuencia los entrevistados ven canal 4, con apego a la realidad, se tomó en cuenta la pre-- gunta ¿Qué días lo ve a la semana?, así como ¿De los programas que transmite actualmente canal 4 mencione cuáles son -- los que le gustan?. En base a estas dos interrogantes, al -- cruzar los datos, fue posible deducir la asiduidad del cues-

EL PRESENTE CUESTIONARIO ES PARTE DE UNA INVESTIGACION -
SERIA. LE ROGAMOS CONTESTARLO CON ABSOLUTA SINCERIDAD, ES ANO
NIMO. ¡GRACIAS! AGOSTO-SEPTIEMBRE 89.

SEXO _____ OCUPACION _____

EDAD:

DE 5 A 10 _____ DE 10 A 15 _____ DE 20 A 30 _____

DE 30 A 40 _____ DE 40 A 50 _____ 50 O MAS _____

¿VE USTED TELEVISION?

SI _____ NO _____

¿HA VISTO CANAL 4?

SI _____ NO _____

¿QUE DIAS A LA SEMANA LO VE? (MARQUE CON UNA CRUZ LOS DIAS)

LUN _____ MAR _____ MIER _____ JUE _____

VIER _____ SAB _____ DOM _____

DE LOS PROGRAMAS QUE TRANSMITE ACTUALMENTE CANAL 4 MENCIONE -
CUALES SON LOS QUE LE GUSTAN?

DE LOS PROGRAMAS QUE TRANSMITE ACTUALMENTE CANAL 4 MENCIONE -
CUALES SON LOS QUE NO HAN LOGRADO SU INTERES?

¿QUE TEMAS LE GUSTARIA QUE TRATARA CANAL 4 EN SU PROGRAMACION?

tionado para con XHG-TV. Si el encuestado realmente conocía la programación, señalaba los programas que le gustaban y -- los que no le agradaban y decía verlo todos los días, se le incluía en el renglón "mucho".

Por otra parte si el entrevistado señalaba verlo diario pero conocía poco o parcialmente la programación se catalogaba como regular. También cuando sólo lo veía el fin de semana pero disfrutaba de la barra completa de películas.

En el caso que el encuestado señalaba ver el canal todos los días cuando podía, o solo un programa, se consideraba que veía poco el canal.

Estos son de manera general los criterios que se siguen para establecer la frecuencia con que la población encuestada ve XHG.

La encuesta en lo que respecta a penetración lanzó los siguientes resultados:

SAYULA: (29 encuestados)

Si ven TV	93.1%
No ven TV	6.8%
Ven Canal 4	85 %
No ven Canal 4	15 %
Ven Canal 4:	

Mucho	29.1%
Regular	33.3%
Poco	37 %

TEPATITLAN: (16 encuestados)

Si ven TV	87.5%
No ven TV	12.5%
Ven canal 4	100 %
Ven canal 4:	
Mucho	33.3%
Regular	40 %
Poco	26.6%

GUADALAJARA

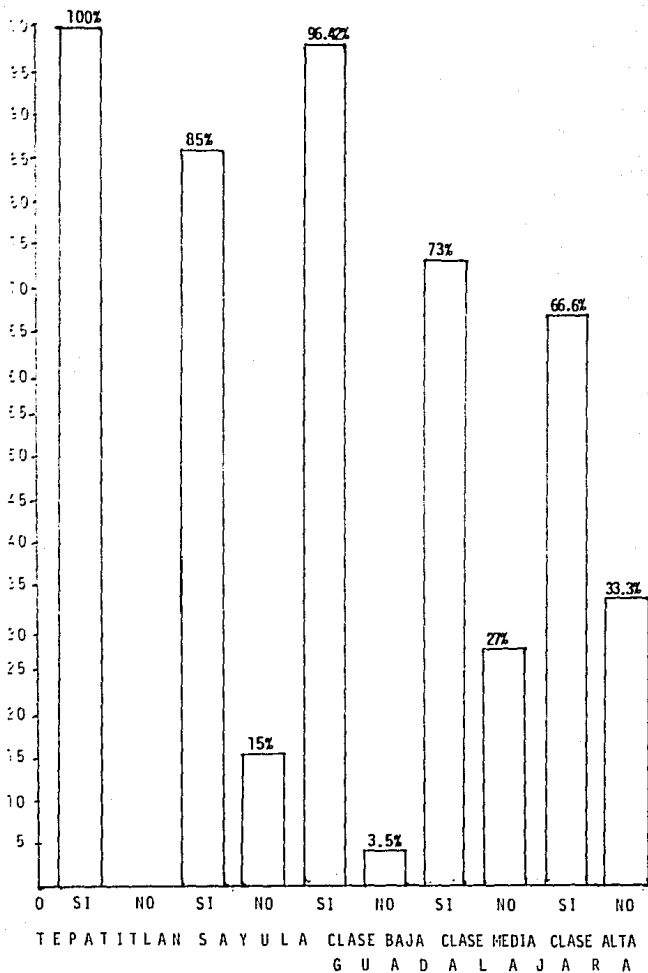
- Clase Baja (28 encuestados)	
Si ven TV	100 %
Ven canal 4	96.4%
No ven canal 4	3.6%
Ven canal 4:	
Mucho	28.5%
Regular	53.5%
Poco	17.8%
- Clase Media (26 encuestados)	
Si ven TV	100 %
Ven canal 4	73 %
No ven canal 4	27%

Ven Canal 4	
Mucho	5 %
Regular	30 %
Poco	65 %
- Clase Alta (27 encuestados)	
Sí ven TV	93 %
No ven TV	7 %
Ven Canal 4	66.6%
No ven Canal 4	33.3%
Ven Canal 4:	
Mucho	4.3%
Regular	26 %
Poco	69.5%

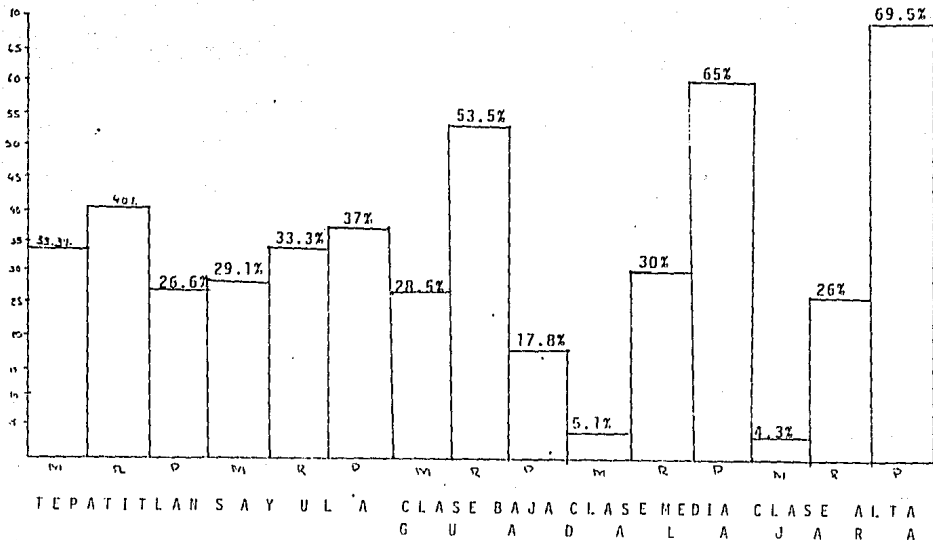
En estos datos podemos observar que el canal es visto - por una gran parte de la población del Estado. Destaca el caso de Tepatitlán, donde el 100% de la población que ve TV señaló ver XHG. En segundo lugar se encuentra la clase baja de nuestra ciudad y en tercero Sayula.

En la clase alta y la media de Guadalajara, es donde Canal 4 es menos visto.

¿QUE PORCENTAJE DE LA POBLACION VE CANAL 4?



ESTADÍSTICA DE LA PRESENCIA DE LOS TIPOS DE PALABRAS
 CON QUE SE VE CANAL 4.



3.2.4. LIMITACIONES DE CANAL 4 ANTE LA REGIONALIZACION.

Canal 4 enfrenta varias limitaciones que se resumen en los:

- Altos costos de producción
- Falta de anunciantes locales.

Altos costos de producción. La producción en televisión es extremadamente cara. Esta requiere equipo técnico y humano con el cual XHG-TV cuenta; sin embargo para la realización de series como las telenovelas, son necesarios recursos muy elevados, por ejemplo la teleserie "Las Grandes Aguas", tuvo un costo de 5,000 millones de pesos, suma muy considerable. Por otro lado los artistas buscan una proyección a nivel nacional, por lo cual acuden a los canales establecidos en la capital.

Debemos resaltar que pese a esta limitante, el canal genera más programas que canal 5 de México y ocupa el 2o. lugar en calidad después de Televisa México.

En la actualidad XHG forma gran parte de su programación con series que ya fueron transmitidas por el canal 2 de México, las cuales cuentan con el gusto del público. Han salido al aire series sudamericanas, las que aunque son nuevas para el tele-auditorio tapatío no han contado con su prefe--

rencia, debido a que no responden a la forma de ser del público de la región. En la actualidad se hace intercambio de programas con otras televisoras locales, por ejemplo, Video-Rockola se cambia por Rocketería producido en Monterrey.

Si bien es difícil acrecentar el porcentaje de producción local en las transmisiones, los programas actuales son perfectibles. Por esto el canal se arriesga a producir con el fin de innovar y mejorar su programación; un ejemplo es el programa "Jornada Futbolera", el cual inició con media hora de duración y hoy en día se ha consolidado, siendo uno de los más vistos; en la actualidad el programa "Miércoles Deportivo", es experimental, pues no ha logrado, en 3 meses en el aire, mantener un público cautivo.

Falta de anunciantes locales. Los anunciantes tapatíos muestran cierta reticencia a publicitarse en el medio televisivo, pues lo consideran caro, al no tomar en cuenta que su cobertura involucra a gran parte del Estado y otras ciudades importantes por medio de cable como León y Querétaro, prefiriendo la radio y la prensa. Esto se traduce en una menor captación de recursos susceptibles de ser destinados a la producción.

ESTA TESIS NO DEBE
SALIR DE LA BIBLIOTECA

3.2.5. RELACION DE LA PROGRAMACION DE CANAL 4 CON LA REGIONALIZACION.

El Plan de Regionalización de la Televisión tiene como objetivos:

- Promover la diversidad cultural.
- Fomentar el arraigo y la cultura de diversas regiones del país.
- Impulsar el desarrollo regional.

Asimismo la Ley Federal de Radio y Televisión confiere funciones a la televisión:

"...contribuir al fortalecimiento de la integración nacional y al mejoramiento de las formas de convivencia humana".

"...afirmar el respeto a los principios de la moral social, la dignidad humana y los vínculos familiares".

"...evitar influencias nocivas o perturbadoras al desarrollo armónico de la niñez y la juventud".

"...contribuir a elevar el nivel cultural del pueblo, - conservar las características nacionales, las costumbres del país y sus tradiciones, la propiedad del idioma y a exaltar los valores de la nacionalidad mexicana".

Hasta el mes de junio de 1989, XHG-TV Canal 4 transmitía en total 20 programas de producción local que podemos en

globar en 4 grupos:

MUSICALES: Variedades del 4, Cuatro Video, Video Rockola, Contraste Juvenil y Hola Ola'89.

Estos programas -excepto Variedades del 4- están dirigidos a los jóvenes; difunden la música de moda, aunque ocasionalmente dan cabida a valores locales.

Variedades del Cuatro está dirigido a toda la familia, y difunde todo tipo de música. Este programa fomenta más activamente que los otros al talento de nuestra región al brindarle la oportunidad de darse a conocer con el resto de la población y programarlos con mayor frecuencia.

Estos programas entretienen al teleauditorio basados en corrientes de moda y no en lo tradicional. Indudablemente intentan satisfacer el gusto del público pues así, pretenden captar su atención.

Por su parte Variedades del 4 fomenta la cultura de nuestra región al crear espacios para los tapatíos que sean incursionar en el ambiente artístico e impulsando el arraigo de nuestras tradiciones al incluir música vernácula en su contenido, sin embargo se puede hacer más por difundir nuestras tradiciones y costumbres.

NOTICIOSOS: Al Tanto, Al Tanto en la Cultura, A.M. Magazine.

Al Tanto es un noticiero que sin olvidar la información generada en el resto del país y el mundo, destaca los acontecimientos relevantes de nuestro Estado brindando al televidente un servicio de calidad.

Al Tanto en la Cultura es una reseña y programación de exposiciones, obras de teatro, conciertos que tendrán lugar en nuestra ciudad, tanto de artistas tapatíos como no tapatíos.

A.M. Magazine es un programa en el que se dan noticias, comentarios y música.

Estos programas cumplen ampliamente con los objetivos de la diversidad cultural al dar difusión de los aspectos sociales, políticos, deportivos y culturales de Jalisco. La fuente principal de toda esta información se centra en Guadalajara, no se relega a las demás poblaciones jaliscienses; a cada una le corresponde un espacio según la importancia de los eventos en cada población y que hayan sido detectados por los reporteros. También cumplen con impulsar el desarrollo de la región, al dar a conocer a la comunidad algunos problemas del Estado. Asimismo, estos programas intentan ele-

var el nivel cultural de nuestra sociedad.

PROGRAMAS INFORMATIVOS DE INTERES PERMANENTE: Magazine, Entre Nosotras, Nuestra Familia.

Magazine: Entrevistas y reportajes sobre sucesos de la región, el país y el Estado. Este programa cumple con la promoción de la "diversidad cultural", fomentar el "arraigo de nuestra cultura" e impulsar el "desarrollo cultural" contribuyendo a elevar el nivel de ésta en la sociedad y exaltar nuestras costumbres. Es, a mi juicio el mejor programa en lo que a la regionalización se refiere.

Entre Nosotras y Nuestra Familia, gracias a su contenido, contribuyen al desarrollo regional y al mejoramiento de las formas de convivencia humana, pues contienen consejos y comentarios que tienden a orientar a la población en cuanto a salud, aspectos legales, nutrición entre otros.

BARRA DEPORTIVA: Jornada Futbolera, Lucha Libre de Guadalupe, Miércoles Deportivo, Cuatro en el 4 y Hablando de Toros. A través de estos programas se satisface el gusto de un amplio sector de la población por los deportes más populares en el Estado, entre los que destaca el fútbol -baste recordar que Jalisco tiene 4 equipos en primera división- así como la tauromaquia. Por su parte Miércoles Deportivo y Lu-

cha Libre tienen un alto contenido regional al difundir los eventos, que de esta naturaleza acontecen en nuestro Estado y en cierta manera promoviéndolos pues les concede importancia y magnitud antes desconocida.

Por lo anterior podemos señalar que estos programas cumplen con la "diversidad cultural".

Los programas de repetición no responden a los intereses puramente locales, aunque podemos señalar que a través de la exhibición de películas nacionales de la época de oro se contribuye a elevar el nivel cultural del pueblo y difundir -en muchas de éstas- las costumbres regionales.

Otro programa que destaca es "Universo Cultural", el cual también cumple con la función de elevar el nivel cultural de los televidentes.

En resumen, podemos precisar que el canal cumple en buena medida con los objetivos del plan regionalizador y las funciones que la ley le confiere, sin embargo, esto puede ser mejorado al incluir por etapas temas que identifique al público y fomentando el interés por éstos.

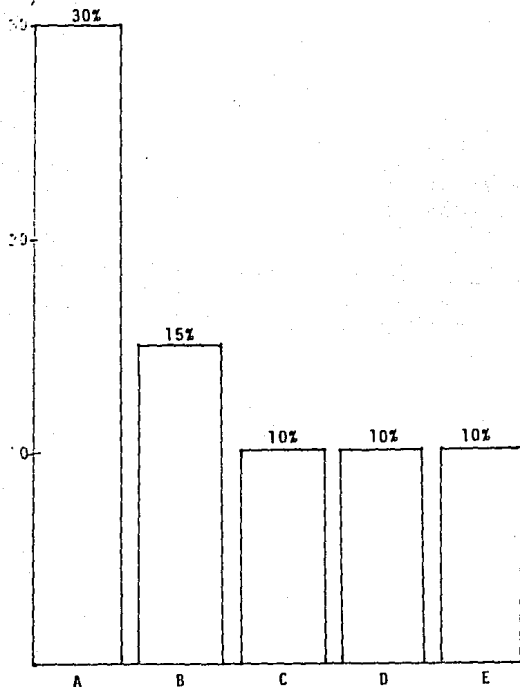
C A P I T U L O I V

CONCLUSIONES

El objeto de este estudio es confrontar la programación de Canal 4 con el Plan de Regionalización de la TV. Tras analizar detenidamente la programación, hemos concluido que este canal cumple con lo señalado en dicho plan, así como en las funciones establecidas por la ley a través, principalmente, de los programas Al Tanto, Magazine, AM Magazine, Nuestra Familia, Al Tanto en la Cultura; pues en éstos se tratan temas culturales, noticiosos y sociales ubicados en nuestra región. El contenido de estos programas satisface algunas de las inquietudes detectadas en nuestra encuesta, sin embargo estas inquietudes siguen ahí ¿por qué?. Veamos un ejemplo: - El programa Magazine se encuentra entre los menos gustados en Guadalajara, siendo que por su contenido es uno de los que más responde a las inquietudes reflejadas por la sociedad. Esto resulta paradójico pues si responde a las necesidades ¿cuál puede ser la razón por la que se encuentra entre los programas menos vistos?. (Ver Gráficas, páginas siguientes).

Analizando este programa y obteniendo opiniones concluimos que esto se debe a que no es atractivo, le falta dinamismo y crear interés por las siguientes emisiones. En el mismo caso -según las opiniones del público- se encuentran los de-

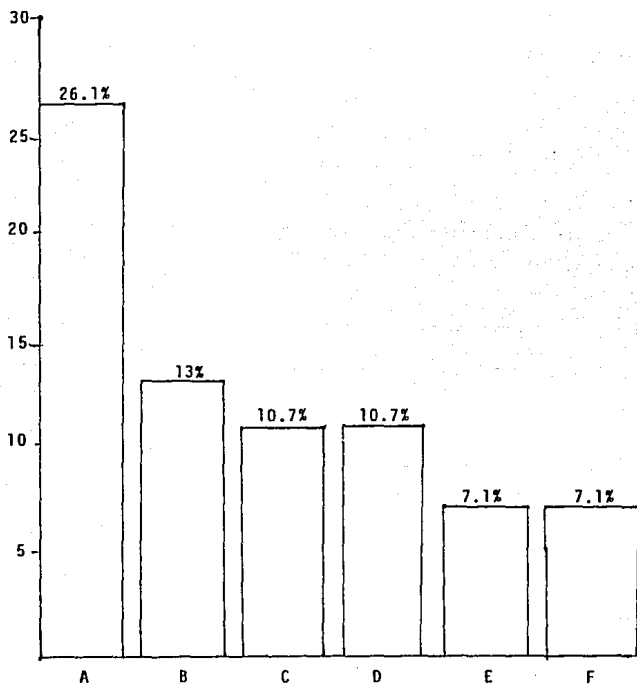
LOS PROGRAMAS QUE NO GUSTAN EN EL INTERIOR
(TOTAL DE MENCIONES: 20)



- A TELENOVELAS (6 MENCIONES)
- B REPETIDOS (EN GENERAL) (3 MENCIONES)
- C JORNADA FUTBOLERA (2 MENCIONES)
- D HASTA LA COCINA (2 MENCIONES)
- E SUPER VACACIONES DEL 4 (2 MENCIONES)

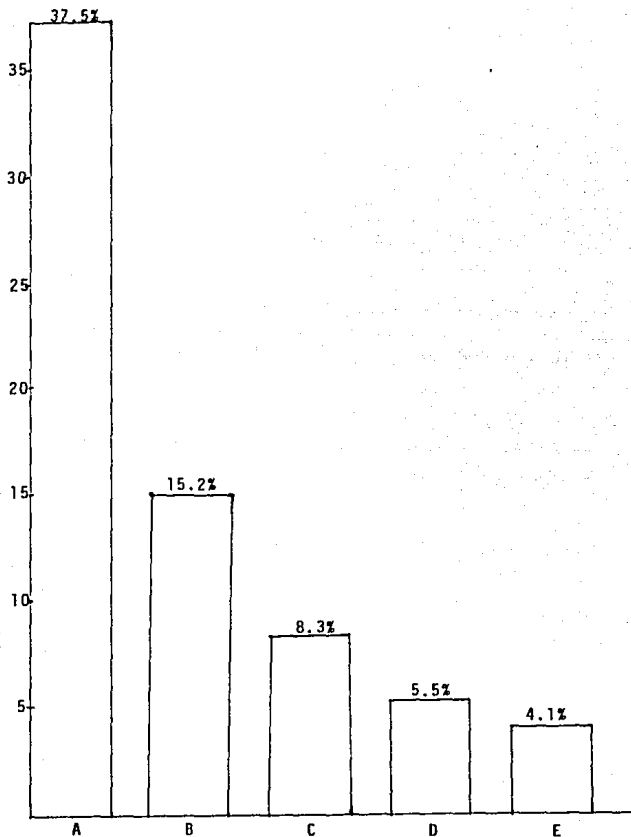
LOS PROGRAMAS QUE MAS GUSTAN EN EL INTERIOR

(TOTAL DE MENCIONES: 84)



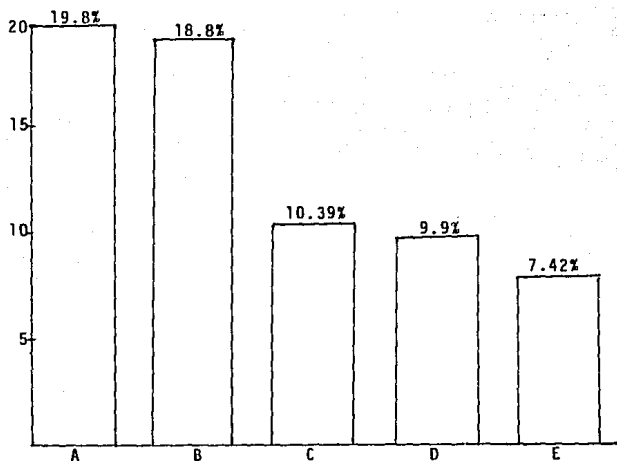
A PELICULAS (22 MENCIONES)
B AL TANTO (11 MENCIONES)
C TELENOVELAS (9 MENCIONES)
D VARIEDADES DEL 4 (9 MENCIONES)
E SUPER VACACIONES (6 MENCIONES)
F MAGAZINE (6 MENCIONES)

PROGRAMAS NO GUSTADOS EN GUADALAJARA
(72 MENCIONES EN TOTAL)



A TELENOVELAS (27 MENCIONES)
B MAGAZINE (11 MENCIONES)
C VARIEDADES DEL 4 (6 MENCIONES)
D AL TANTO (4 MENCIONES)
E ENTRE NOSOTRAS (3 MENCIONES)

PROGRAMAS QUE MAS GUSTAN EN GUADALAJARA
(202 MENCIONES EN TOTAL)



A PELICULAS (40 MENCIONES)
B AL TANTO (38 MENCIONES)
C SUPER VACACIONES (21 MENCIONES)
D MAGAZINE (20 MENCIONES)
E NOVELAS (15 MENCIONES)

más programas locales excepto Al Tanto, el cual es más "seguido" por los espectadores. En conclusión, debemos fomentar el gusto y el interés por estos programas basándonos en una conducción ágil, carismática que les dé ímpetu y atraiga al público.

Mucho se podrá hacer en el mediano plazo en este sentido gracias a "Talento de Occidente", escuela destinada a constituirse en el semillero de las caras que veremos en el futuro en nuestra pantalla chica. También es posible incluir promocionales de dichos programas que contengan aspectos interesantes de éstos -y no una sencilla invitación- durante los fines de semana en que el público ve las películas o durante la transmisión de Al Tanto.

Cada programa local tiene deficiencias que debemos eliminar y virtudes que explotar. En el caso de los programas musicales destinados a los jóvenes, hemos observado que les falta el toque humano, la charla que sirva para conocer más del artista o su trayectoria, en un ámbito verdaderamente novedoso que no se limite a lo ya conocido y que despierte realmente el interés del público.

Por otra parte, los programas repetidos (principalmente las telenovelas) son causa de que parte del público no se aficiona al canal, aunque entre otro sector de los espectado

res tienen una buena aceptación. Esto se debe al interés que en sí mismas despiertan estas series. Por ejemplo, si la telenovela en cuestión fue muy gustada, el público la vuelve a aceptar pues algunas veces han olvidado detalles de la misma. Entre el sector del público que no gusta de las telenovelas, en una parte, la causa es que no les agrada este género televisivo y en otra porque no le gusta ver novelas repetidas. - Es difícil establecer una preferencia mayoritaria, pues cada cabeza es un mundo y es virtualmente imposible dar gusto a todos.

Muchas veces al ver Canal 4 da la impresión de ser Canal 2 de México; todo el formato es similar al de esta estación nacional: promocionales, perfil de programación y hasta las cápsulas de contenido social. Si bien esto significa una evolución rápida del canal -pues hace algunos años ni siquiera hubiéramos podido comparar estas estaciones- el 4 debe seguir desarrollándose hasta lograr una personalidad totalmente propia y que lo haga distinguirse de su matriz.

Las películas constituyen el principal atractivo del canal, pues son las que más menciones tuvieron como "muy gustadas". Son el eje de la programación, sin embargo gran parte de los encuestados señalaron que son muy repetidas. Esto se debe a que fundamentalmente se transmiten -durante el fin de semana- cintas de la época de oro de nuestro cine, las cua--

les tienen un número finito y tomando en cuenta que el canal transmite 11 de éstas por semana, es explicable la repetición. Pese a esta situación el público disfruta con este género y lo sigue.

XHG tiene una penetración aceptable. Su nivel más alto se encuentra en el interior del Estado y en la clase baja de nuestra ciudad. La clase baja disfruta en primer lugar las películas, en segundo Al Tanto, en tercero Super Vacaciones y en cuarto las Telenovelas con 8 menciones de un total de 82; sin embargo, esta clase social mencionó entre los programas menos gustados en primer lugar las Telenovelas con 7 menciones de 29, en segundo Video Rockola y Al Tanto. Esto nos permite ver gran indefinición por las preferencias en este estrato social. Asimismo entre los temas más solicitados por este grupo se encuentran los de índole social como educación de los hijos, educación para los hijos y documentales como Mundo Salvaje.

Los temas sociales (drogadicción, crisis económica, como comprar más barato), pueden ser tratados en los programas ya existentes, al agregárseles secciones que hablen sobre estos puntos. Esto redundaría en beneficio de la sociedad y del mismo canal. También podrían incluirse cápsulas donde el canal toque aspectos de la problemática del Estado como sequía, desforestación, contaminación, transporte urbano, en--

tre otros.

En lo que respecta a la educación para los hijos pueden incluirse comentarios o juegos en los programas destinados a la infancia. En concreto podemos señalar 9 conclusiones:

1. Canal 4 cumple con la Ley y con los objetivos de la regionalización.
2. La programación de producción local no tiene la aceptación deseada.
3. Es necesario fomentar el gusto e interés por programas locales.
4. La mayor penetración de canal 4 se encuentra en la clase baja.
5. Los programas de repetición gozan de mayor popularidad en la clase baja.
6. Canal 4 tiene un formato similar a canal 2.
7. Canal 4 debe seguir buscando su propia personalidad.
8. Los temas más solicitados por el público son: cómo educar a los hijos, programas educativos dedicados a la niñez, drogadicción y cómo comprar más barato, problemas ambientales.
9. El canal 4 se encuentra en un proceso de perfeccionamiento.

Haciendo un balance, el saldo es favorable para el ca--

nal en cuanto a los objetivos de la regionalización, al ser -
ésta una televisora privada guarda equilibrio en su programa
ción. Sin embargo, todo es perfectible y podemos afirmar que
en ese proceso se encuentra inmerso el canal.

B I B L I O G R A F I A

ENCICLOPEDIA DE MEXICO. EDITORIAL DE LA ENCICLOPEDIA DE MEXICO. MEXICO 1980.

ENCICLOPEDIA DE MEXICO. EDITORIAL DE LA ENCICLOPEDIA DE MEXICO. MEXICO 1987.

X CENSO GENERAL DE POBLACION Y VIVIENDA. INEGI. MEXICO 1980.

CENSOS ECONOMICOS 1985. INEGI. MEXICO 1985.

RIDING, ALAN. VECINOS DISTANTES. ED. PLANETA. MEXICO 1985.

G. MOLINA, GABRIEL. MEXICAN TELEVISION NEWS: THE IMPERATIVES OF CORPORATE RATIONALE. SAGUE PUBLICATIONS.

LIBRO DE MEDIOS. EDICION 120. MEXICO 1988.

PLAN NACIONAL DE DESARROLLO. MEXICO 1982.

PLAN JALISCO. UNIDAD EDITORIAL DEL ESTADO. GUADALAJARA, JAL.- 1984.

LEY FEDERAL DE RADIO Y TELEVISION. DIARIO OFICIAL DE LA FEDERACION. MEXICO 1960.

TODO MEXICO. GRUPO EDITORIAL MEXICANO. MEXICO 1985.

JALISCO DEMOGRAFICO. COEPO. UNIDAD EDITORIAL DEL ESTADO. ME
XICO 1985.

REVISTA REFERENCIA; No. 17, 18, 19 y 20.

REVISTA PROCESO; 19 de JUNIO DE 1989.

PERIODICO "EL JALISCIENSE". 26 DE ENERO 1989. COLUMNA SILEN-
CIO.