

878502

**UNIVERSIDAD NVEVO MVNDO**

12  
m

**ESCUELA DE ADMINISTRACION**

CON ESTUDIOS INCORPORADOS A LA  
UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO



**ESTUDIO DESCRIPTIVO DE LA SITUACION ACTUAL  
DE LAS EMPRESAS TELEVISORAS EN MEXICO**

**T E S I S**

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE

**LICENCIADO EN ADMINISTRACION**

PRESENTA:

**ANDREA RODRIGUEZ DORIA**

DIRECTOR DE TESIS: LIC. JUAN MANUEL HINOJOSA MAYEN

MEXICO, D. F.

1996

**TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN**

**TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN**



Universidad Nacional  
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

**Biblioteca Central**



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

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

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

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

---

Reír es arriesgarse a parecer tonto  
Llorar es arriesgarse a parecer sentimental  
Buscar a alguien es correr el riesgo de involucrarse

Expresar los propios sentimientos  
Es arriesgarse a ser rechazado  
Mostrar tus sueños a la gente  
Es arriesgarse al ridículo

Sacar adelante tus ideas es arriesgarse a ser juzgado  
Amar, al fin es arriesgarse a no ser amado a su vez  
E ir hacia adelante contra la suerte es arriesgarse a fracasar

Pero debe correrse el riesgo,  
Por que el mayor peligro en la vida  
es no arriesgarse nunca a nada  
El que no arriesga nada, nunca hace nada, no tiene nada.....  
No es nada

Puede evitar el sufrimiento y el dolor  
Pero no puede aprender, sentir, cambiar, crecer, ni amar  
Encadenado por su seguridad y su certeza es un esclavo  
¡ha pecado contra la libertad!  
Por que solo aquel que toma riesgos  
Es realmente libre.

**Anónimo**

---

# **AGRADECIMIENTOS**

---

---

---

**A mis padres (Jorge y Malena):** Por su amor, dedicación, comprensión, paciencia, trabajos, sacrificios, desvelos, preocupaciones, y tantas cosas más que sería innumerable mencionarlas. Todo el respeto que me merecen. Mil Gracias.  
**LOS AMO.**

**Magda :** Por ser más que una hermana, mi amiga, mi confidente, mi protectora, el apoyo en todo momento. Gracias es muy poco. Te adoro.

**Andreita :** Por tu compañía, alegría y amor desinteresado. Te quiero.

**Jorge** (q.e.p.d.) Por todos los detalles y amor y a ti **Abue**  
**Ada** (q.e.p.d.) por los consejos y cariño, los amo por siempre.

**Eduardo :** Por el amor, cariño y apoyo que me brindaste tanto tiempo.

**Carmina:** Por tu apoyo incondicional en todo momento. Te quiero.

**Gabino:** Por el apoyo para realizar este y muchos otros trabajo. Gracias por ser un gran amigo.

---

---

---

**Sergio:** Por el apoyo en el momento justo, Humberto, Carlos, Karina, Erika, Daniel, Enrique, Rogelio, Isabel, Berenice, Danina, Mauricio, por estar ahí cuando los necesito.

A **Guillermo y Rosie Amat:** Gracias por su ayuda.

Al **Lic. Juan Manuel Hinojosa**, por la dedicación y entusiasmo a este trabajo.

A los **Lic. Cuauhtemoc Carrasco y Alberto Hernández**, por su dedicación a la revisión de este trabajo.

Al **Lic. Hector Quiroz**, por su valiosa ayuda.

**José Luis:** Gracias por tu ayuda.

A todos los maestros de La Academia Maddox, Colegio Hamilton, y Universidad del Nuevo Mundo por la enseñanza.

A todas las personas que me han brindado su dedicación, enseñanza y paciencia.

A toda las personas que están interesadas por el futuro de la televisión en México.

---

---

# INDICE

---

---

<b>INTRODUCCIÓN</b>	8
<b>CAPITULO I</b>	
<b>LA ADMINISTRACIÓN</b>	13
1.1. Definición	14
1.2. Antecedentes	17
1.2.1 Administración Científica	18
1.2.2. Humano Relacionismo	20
1.2.3. Escuela Neo-Humano Relacionismo.	21
1.2.4. Escuela de Sistemas	22
1.3. Características	22
1.4. La Importancia	24
1.5. El Medio Ambiente en las Empresas	26
<b>CAPITULO II</b>	
<b>ANTECEDENTES DE LA TELEVISIÓN</b>	31
2.1. Panorama General de la de la Historia de la Televisión en el Mundo	33
2.2. Historia de la Televisión en México	35
<b>CAPITULO III</b>	
<b>EVOLUCIÓN DE LOS ASPECTOS JURÍDICOS DE LOS INTERPRETES.</b>	55
3.1. Historia del Derecho de Interprete en México	56
3.2. Los Derechos de Interprete en el Marco Internacional	60
3.3. Artículos Relacionados con el Derecho de Interprete en la Ley Federal sobre el Derecho de Autor Vigente (1963)	65
3.4. La ANDI (Asociación Nacional De Interpretes) y sus Convenios	67

---



---

## CAPITULO IV

SITUACIÓN ACTUAL DE LA PROGRAMACIÓN A NIVEL NACIONAL	77
4.1. Tipo de Programación y Cobertura de los diferentes Canales de Televisión	78
4.2. Programación que existe actualmente en la televisión a Nivel Nacional y Área Metropolitana	88
4.3. Comparación de los Programas (Horas a la Semana) que se Producen con los que se Repiten	95
4.3.1. A Nivel Nacional y Área Metropolitana	95
4.2.2. Televisoras Locales	98
4.3.3. Comparación Total de Producción y Repetición	102
4.4. Planes y Tarifas de las diferentes televisoras.	104

## CAPITULO V

NECESIDADES DE CAMBIO EN LAS EMPRESAS TELEVISORAS	114
5.1. Metodología	115
5.1.1. Identificación del Problema	115
5.1.2. Justificación	116
5.1.3. Determinación del tipo de Investigación	117
5.1.4. Objetivo	117
5.1.5. Hipótesis	117
5.1.6. Variables	118
5.2. Resultados: Análisis de la información obtenida	118
5.3. El papel de la Competitividad	122
5.4. Visión Tradicional y Actual del Pensamiento Administrativo	124
CONCLUSIONES	131
BIBLIOGRAFÍA	135

---

---

# **INTRODUCCION**

---

---

El presente trabajo ha sido elaborado con el propósito de despertar el interés de las Televisoras para encontrar la forma de incrementar la producción de programas que propicie la competencia real y efectiva de la Televisión Mexicana, en virtud de que en la actualidad un porcentaje importante de la programación de los diferentes canales está integrado por repeticiones de telecomedias, películas, series, eventos, etc. nacionales y extranjeras, que fueron grabados en otra época, lo que me hace evocar el comentario de Juan Cervera (Columnista de espectáculos del periódico "El Universal") "Como si sacáramos nuestro mejor vestido de hace 10 años, que fue muy lindo en ese tiempo pero ahora está sucio, percutido, apolillado y pasado de moda"

La realización de este estudio está apoyado en los conceptos y principios de la Administración que como sabemos tiene la característica de su Universalidad, es decir que es aplicable a cualquier organismo social independientemente de su giro.

También conocemos que las empresas deben alcanzar su misión y objetivos, los cuales comprenden la satisfacción de las necesidades de los clientes en primera instancia y además obtener utilidades, pero sin olvidar las aspiraciones y derechos de sus trabajadores.

---

---

Para lograr el objetivo primordial de la empresa, en este caso las compañías de Televisión, de satisfacer las necesidades de sus clientes es necesario que se produzcan programas de interés real para el teleauditorio en todos los ámbitos, lo que con una administración eficiente y efectiva llevará a las empresas a obtener la rentabilidad y utilidades requeridas.

De hecho la producción de la televisión se paga simplemente con la explotación de programas a nivel del País y tiene una recuperación económica muy alta, como por ejemplo se puede mencionar que hace 20 años Televisa solamente era un edificio ubicado en Av. Chapultepec con una cobertura seminacional y ahora es una de las empresas más importantes a nivel nacional e internacional.

Sin embargo no resulta fácil hacer comprender a los ejecutivos de un negocio que no les cuesta y obtienen utilidades, que es necesario que dejar de repetir y que inviertan produciendo programas, ya que con esto a mediano y largo plazo, ganarán más en razón de que el medio ambiente actual tan cambiante, requiere de mucha imaginación y creatividad para ver al futuro y prever escenarios que se presentarán más adelante con la apertura comercial y la internacionalización que esto aplica.

---

---

Este es el motivo del presente trabajo ya que en la practica no se ha logrado que se entienda el nuevo enfoque que se requiere y que ya he comentado.

En el capitulo I comenzaremos por hacer un recorrido a través de la historia de la Administración así como en el Capítulo II una breve historia de la Televisión, en el cual nos daremos cuenta los cambios que ha habido.

Se presenta en el Capítulo III La evolución de los aspectos jurídicos de los interpretes en el cual observaremos los contratos que tiene la ANDI con las dos más grandes cadenas de televisión en México, así como la Ley Federal del Derecho de Autor.

En el Capítulo IV se hará un análisis del tipo de programación que existe actualmente en la televisión en México, para ver en la situación que se encuentran las televisoras en este momento.

Y por ultimo, en el capitulo V se analizara la visión actual de las empresas, para poder tener de esa manera un panorama más amplio.

---

---

Dentro de la televisión en México, hay mucho por hacer, debemos estar preparados para producir conceptos diferentes e interesantes para los espectadores.

Yo invito al lector a que junto conmigo descubra lo que se puede hacer para beneficio de la televisión.

---

# **CAPITULO I**

## **LA ADMINISTRACION**

---

---

## 1.1. DEFINICIÓN

Es conveniente revisar el concepto de la Administración para hacernos conscientes de que en la actualidad toda empresa que pretenda subsistir en primer lugar debe lograr sus objetivos y obtener el desarrollo necesario, para lo cual tendrá que funcionar de manera sistemática y organizada, es decir aplicar la Administración, en forma eficiente.

A continuación se incluyen varias definiciones de algunos estudiosos de la materia, para después poder concluir al respecto con mi opinión personal.

Agustín Reyes Ponce: "Es el conjunto sistemático de reglas para lograr la máxima eficiencia en las formas de estructurar y manejar un organismo social" <sup>1</sup>

Terry, Franklin "Es un proceso muy particular consistente en las actividades de planeación, organización, ejecución y control desempeñadas para determinar y alcanzar los objetivos señalados con el uso de seres humanos y otros recursos" <sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Reyes Ponce Agustín. Administración de Empresas teoría y práctica, primera y segunda parte. Ed. Linusa, México, 1988, Pg. 26

<sup>2</sup> Terry, Franklin. Principios de Administración, Ed. CECSA, México, 1993. pg. 22



---

Stoner, Wankel.- " Es el Proceso de planear, organizar, dirigir y controlar los esfuerzos de los miembros de la organización y de aplicar los demás recursos de ella para alcanzar las metas establecidas" <sup>3</sup>

Hampton.- "El trabajo implicado en la combinación y dirección del uso de los Recursos para lograr, propósitos específicos"<sup>4</sup>

Munch Galindo y García Martínez.- " Es el esfuerzo coordinado de un grupo social para obtener un fin con la mayor eficiencia y el menor esfuerzo posible" <sup>5</sup>

Koontz y Werich.- "Proceso de diseñar y mantener un ambiente en el que las personas, trabajen en grupos, alcancen con eficiencia metas seleccionadas"<sup>6</sup>

Hebert Guillet.- "Proceso por el cual se realizan trabajos por y a través de otras personas"<sup>7</sup>

---

<sup>3</sup> Stoner A.F. James y Wankel Charles. Administración, Ed. Pentice Hall, México. 1989, pg. 4

<sup>4</sup> Hampton R. David. Administración Contemporánea, Ed. Macgraw Hill, México. 1981, Pg.8

<sup>5</sup> Munch Galindo Lourdes y García Martínez. Fundamentos de Administración, Ed. Trillas, México, 1993, Pg. 5

<sup>6</sup> Harold Koontz y Heinz Werich. Administración una perspectiva Global, Ed. Mc Graw Hill, México. 1994, Pg. 4

<sup>7</sup> Hebert G. Hicks C. Guillet, Administración, Ed. Cecsá, México. 1987, pg. 27

---

Jiménez Castro: "Una ciencia compuesta de principios, técnicas y practicas cuya aplicación humana permite establecer sistemas racionales de esfuerzo cooperativo, a través de los cuales se pueden alcanzar propósitos comunes que individualmente no se pueden lograr".<sup>8</sup>

Como podemos observar en las anteriores definiciones, la mayoría implica el trabajo en equipo, un esfuerzo sistemático y la obtención de resultados para el buen funcionamiento de la empresa, apoyándose en las etapas del Proceso Administrativo.

En base a lo antes expuesto en mi opinión, la administración es un proceso por el cual un grupo de personas, realizan un trabajo, con los recursos disponibles de manera coordinada y sistemática para lograr los objetivos de la organización.

Cabe señalar que la administración como ya lo indique es un proceso el cuál está integrado por varias fases que dependiendo del criterio de los autores de administración puede variar en su composición, sin embargo en la práctica se utilizan básicamente la planeación, la organización, la dirección, y el control. Como sabemos estas etapas en realidad se dan en su conjunto y no por separado, pero para fines de estudio se analizan individualmente.

---

<sup>8</sup> Jiménez Castro Wilburg, Introducción al estudio de la Teoría Administrativa. Ed. F.C.E., México, 1975

---

---

## 1.2. ANTECEDENTES

Previo a la identificación de la gran importancia que tiene la administración, es conveniente recordar que esta tiene sus orígenes prácticamente desde que existe la humanidad, ha transitado por diversas etapas como las que menciona Lourdes Münch Galindo en su libro Fundamentos de la Administración (México, Ed. Trillas 1993):

En la etapa primitiva se hace la primera división del trabajo, tomando en cuenta, edad y sexo, de esa manera se comienza a organizar en grupos con funciones específicas cada uno para lograr sus fines.

Al llegar el periodo agrícola, se propicia la vida sedentaria de los pueblos, debido al tipo de actividad, se comienzan a aplicar algunos aspectos comerciales, soportados por operaciones de crédito, y la utilización de la contabilidad.

Posteriormente en la época Grecolatina surge el esclavismo que no permite ninguna superación del ser humano, la administración se basaba en la supervisión estricta y el castigo corporal, al no existir alguna motivación humana, no se genera la superación del ser humano.

---

---

---

En el Feudalismo la parte sobresaliente respecto a la administración es que se empiezan diferenciar oficios y se integran los gremios, para representar los intereses de los trabajadores.

El despegue importante de la administración se presenta con la aparición de la maquinaria, y de la producción en serie, de esta manera surge la especialización, lo cual hace necesario que cambien las estructuras de las empresas y se fomenta la administración formal, en la que se explota al trabajador, con jornadas excesivas, a este periodo se le conoce como Revolución Industrial.

La administración ha evolucionado a través de las diferentes escuelas o formas de pensar de los estudiosos sobre estos aspectos, de los que a continuación se comentan los más representativos:

### **1.2.1. ADMINISTRACIÓN CIENTÍFICA**

En esta escuela se dedicaron a ver de que forma se efectuaba el trabajo, y como buscar una mayor eficientización, simplificación y eliminación del trabajo innecesario. Sus principales representantes fueron:

---

---

Frederick Taylor.- Que observó los movimientos individuales de cada tarea y apuntó el tiempo que tardaban en realizarlos. Desarrollo sus teorías desde las actividades en un taller y las llevo hasta los niveles de supervisión de la organización.

Henry Fayol .- Fue sin duda el más destacado de los autores administrativos de su época. Estableció 14 principios de la administración (1.- División de Trabajo, 2.- Autoridad y Responsabilidad, 3.- Disciplina, 4.- Unidad de Mando, 5.- Unidad de dirección, 6.- Subordinación del interés individual al general, 7.- Justa Remuneración, 8.- Centralización, 9.- Jerarquía, 10.- Orden, 11.- Equidad, 12.- Estabilidad del personal, 13.- Iniciativa, 14.- Espíritu de grupo.). Conceptualizo el primer proceso administrativo (Previsión, Organización, Dirección Coordinación y Control)

Frank y Lillian Gilbreth .- Fueron los primeros en aplicar a la industria el estudio de movimientos, apoyándose en filmaciones de secuencias de trabajo para este fin.

Henry Laurence Gantt.- Aporto a la administración "La Gráfica de Gantt", para la planeación del trabajo, en la cuál se incluyen las actividades a realizar y los tiempos necesarios para efectuarlos.

---

---

---

## 1.2.2. HUMANO RELACIONISMO

A diferencia de la Administración científica que estudia la tarea del trabajador individual, la escuela de las relaciones humanas analiza a los grupos de personas en el trabajo. Se dejó de un lado el cronometro para medir los movimientos y se empezó a prestar atención en lo que los trabajadores opinaban de su trabajo y porque actuaban de distinta manera. Sus principales representantes fueron:

**Elton Mayo.-** Observo que los trabajadores eran lo que el llamaba "solitarios" ya que el trabajo que realizaban no les permitía ningún contacto con otra personas, y que necesitaban ser oídos y tomados en cuenta para lograr verdaderos equipos de trabajo.

**Abraham Maslow.-** Teoría de la motivación Humana. Sostiene que las necesidades son el motor del hombre y propuso la "Pirámide de Maslow", para jerarquizarlos. (ver figura 1)



**Figura 1 "Pirámide de Maslow"**

Fuente: Fundamentos de Administración, Fernández y Rodríguez, pg. 167.

---

---

---

### 1.2.3. ESCUELA NEO - HUMANO RELACIONISMO.

La evolución de la administración ha llevado a la definición de nuevos criterios para su aplicación, como son las teorías "X" y "Y" de Douglas Mc.Gregor, y la teoría "Z" de William Ouchi, y algunas otras teorías más que integraron la escuela Neo-Humano Relacionista.

Teoría "X".- Asegura que el ser humano tiene aversión natural por el trabajo, es por eso que a la mayor parte de las personas hay que obligarlas y amenazarlas con el castigo para que realicen su trabajo de manera satisfactoria.

Teoría "Y".- Asegura que el ser humano normal no tiene aversión por el trabajo. Si se aplican premios por cada logro ellos trataran de realizar su trabajo de la mejor manera posible.

Teoría "Z".- "Sostiene que las condiciones precedentes favorecen la intimidad, la participación personal y las relaciones profundas de las personas en el trabajo, y eso a su vez fomenta la confianza entre los empleados".<sup>9</sup> Esta teoría debe verse como una idea estimulante.

---

<sup>9</sup> Hampton R. David. Administración, Ed. Mc. Graw Hill; México, 1993, pg. 60

---

#### **1.2.4. ESCUELA DE SISTEMAS**

Esta escuela conceptualiza a la empresa como un sistema, es decir un conjunto de elementos interrelacionados para lograr un objetivo. Los elementos o subsistemas son los diferentes recursos y áreas que la conforman y cualquier, alteración o cambio en alguna de estas etapas afecta a las demás.

También es necesario señalar que las funciones implican una secuencia de entrada (Insumos) Proceso (Realización de actividades) y Salidas (Obtención de resultados).

#### **1.3. CARACTERÍSTICAS**

Las características de la administración aunque varían con los diferentes autores, básicamente se concretan en lo que Lourdes Münch Galindo en su libro Fundamentos de la administración señala:

a).- **Universalidad.**- En cualquier órgano social se da la administración, no importando el giro al que pertenezca cada empresa.

b).- **Valor Instrumental.**- Podemos ver que la administración es un medio para lograr un fin, de esta manera podremos alcanzar los resultados deseados.



---

c).- **Unidad Temporal.**- En la administración existen diferentes fases del proceso administrativo, y no porque se encuentre haciendo una parte las demás dejaran de realizarse en conjunto.

d).- **Amplitud de ejercicios.**- Se aplica a todos los niveles de cualquier organización y a todos sus sistemas y subsistemas de la empresa

e).- **Especificidad.**- La administración se ayuda de otras ciencias y técnicas, pero por si sola tiene sus propias características que la hacen tener su carácter específico.

f).- **Interdisciplinariedad.**- La administración es a fin a todas las ciencias, técnicas, etc. que ayuden a hacer más productivo el trabajo.

g).- **Flexibilidad.**- La administración se va a ir adaptando a las necesidades de la empresa que la esté aplicando, la rigidez no es valida para esta disciplina.

Al analizarlos nos podemos dar cuenta que toda empresa u organización necesita ser administrada, es por ello que no hay que perder de vista las características ya que con ellas podremos llegar

---

---

a los objetivos que espera la empresa, y sobre todo considerar que esta es aplicable a cualquier tipo de empresa.

#### **1.4. LA IMPORTANCIA**

Después de estudiar sus características, no podemos negar la trascendencia de la administración en la vida del hombre.

Para analizar la administración solo es necesario enumerar los siguientes hechos para conocer la importancia que tiene dentro de la vida humana.

- 1.- Esta se da dondequiera que exista un organismo social, de esta forma observamos que es necesaria para el buen funcionamiento de cualquier empresa, siendo más necesaria entre más compleja sea.
  - 2.- El éxito de una empresa depende de la buena administración que esta lleve.
  - 3.- Se hace el trabajo más sencillo al establecer, métodos, metas, procedimientos, objetivos, para poder lograr mayor eficiencia en el trabajo.
-

---

4.- Si se tiene una pequeña empresa, es importante el aplicar la administración ya que ésta será la única forma en que puedan crecer y seguir siendo competitivas.

5.- Para la mayoría de las empresas una grave preocupación es elevar la productividad, si la empresa se encuentra administrada correctamente, cada persona estará haciendo lo que debe de hacer y esto hará que la empresa trabaje con la mayor productividad posible.

6.- Un factor importante es el bienestar de la comunidad, ya que ayuda a generar empleos, mejora las relaciones humanas, y muchos otros beneficios hacia el hombre.

7.- Para los grandes empresas es de vital importancia desarrollar su administración, ya que si esta se estanca, su empresa no tendrá expectativas de crecimiento.

Considerando los 7 puntos anteriores resulta evidente la importancia de la administración, sobre todo en el tiempo actual por los grandes cambios que se presentan cada día lo que obliga a las empresas, que quieran tener éxito, a la implantación efectiva de la Administración.

---

---

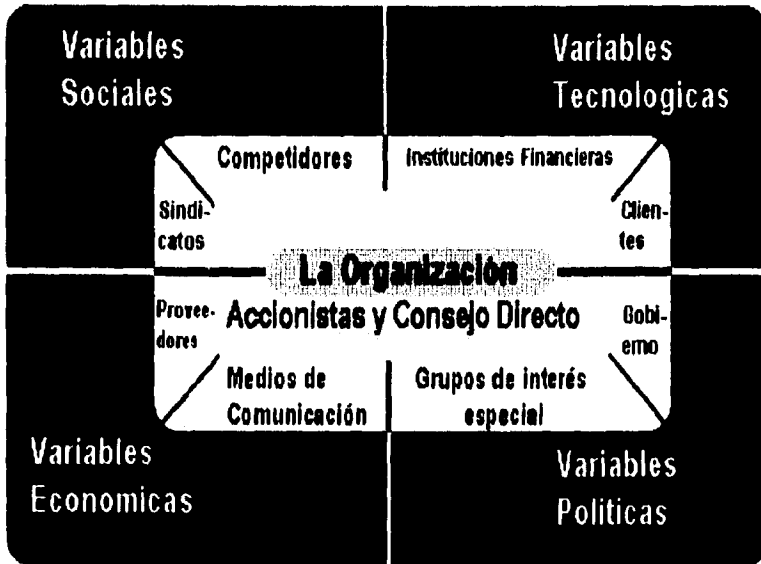
## 1.5. EL MEDIO AMBIENTE EN LAS EMPRESAS

No podemos pasar en alto este punto, si queremos llegar a un análisis real de las empresas en México. Los cambios que suceden todos los días deben de ser tomados en cuenta por los administradores, de lo contrario no podrán estar a la vanguardia y sus competidores tomaran la delantera.

Es necesario saber que las empresas van cambiando debido al ambiente interno y externo de las mismas, el primero esta regido por la forma de pensar de sus directivos, su estructura orgánica, y los recursos humanos, financieros, materiales y tecnológicos, los cuales se deben de ir adaptando a las necesidades vigentes para que el organismo social se desarrolle en forma armónica y no se quede el margen de las nuevas formas de administrar una empresa. El segundo puede ser el más impactante y complejo ya que en muchas ocasiones no es controlable por los administradores, sin embargo si pueden prever situaciones y establecer estrategias y tácticas que les permitan afrontarlas.

Los principales factores a considerar en el entorno de la empresa lo describo a continuación, para contar con un panorama general acerca de ellos que facilite su análisis. ( Ver figura 2)

---



- Grupos internos de interés
  - Grupos externos de interés
  - El entorno de acción indirecta
- } El entorno de acción directa.

**Figura 2 "Los ámbitos de acción directa e indirecta de una organización"**

Fuente: Administración, Stoner, Freeman, 1992, pg. 65

1.- Clientes.- Representan el intercambio de bienes y servicios a cambio de un pago, tomando en consideración la calidad, el precio, y el servicio que se les ofrezca. Es necesario recordar que la satisfacción de las necesidades de los clientes es el primer objetivo de la empresa, y a los cuales debemos encaminar los esfuerzos de la organización.

---

2.- Proveedores.- "Cualquier organización adquiere insumos, materia prima, servicios, equipo y mano de obra, del medio ambiente y lo utiliza, para fabricar un producto".<sup>10</sup>

3.- Gobierno.- Es un factor que debe de tomarse en cuenta con mucho cuidado, debido a la inestabilidad que se vive actualmente en el país, ya que es el generador de nuevas leyes, reglamentos e impuestos que afectan directamente a la estabilidad y al desarrollo de las empresas.

4.- Grupos Internos Especiales.- Estos grupos aprovechan el proceso político para promover e incrementar su reconocimiento en algún aspecto específico como puede ser la contaminación, religión, las asociaciones de colonos, etc.

5.- Los Medios de Comunicación.- Están a la expectativa de los sucesos que se generen en todos los ámbitos, incluyendo a las empresas, y esta al tanto de lo que sucede en las organizaciones, se puede dar elementos de opinión negativa que posiblemente aprovechan los medios.

---

<sup>10</sup> Stoner A.F. James y R. Edward Freeman , Administración. Ed. Pentice Hall, México, 1992, (Quinta Edición)

---

6.- Sindicatos.- estos pueden ser un apoyo para el logro de los objetivos de la empresa, si se manejan las relaciones laborales con la habilidad necesaria o ser un obstáculo cuando son radicales y negativos en sus puntos de vista.

7.- Instituciones Financieras.- Las organizaciones necesitan para realizar sus funciones, y nuevos proyectos el apoyo de bancos, compañías de seguros, casa de bolsa, etc. ya que ninguna empresa por grande que sea tiene todos los recursos financieros necesarios en todo momento.

8.- Competencia.- Este factor es fundamental, ya que la empresa, en la mayoría de los casos, no esta sola en el mercado, es decir existe otras organizaciones que pretenden absorber cada vez más, los diferentes segmentos existentes, por lo que resulta indispensable analizar sus capacidades y limitaciones.

Adicionalmente se firman que considerar los aspectos políticos, sociales (demográficos, estilos, etc.) y tecnológicos, que se presenten en el entorno de las organizaciones, ya que también impactan positivamente en algunos casos y negativamente en otros.

---

---

Como podemos observar cada empresa en particular deberá hacer frente a los distintos factores específicos que se le presenten, para aprovechar las oportunidades que le faciliten la obtención de sus objetivos. (fin últimos que pretendemos alcázar).



---

**CAPITULO II**

**ANTECEDENTES**  
**DE LA**  
**TELEVISION**

---

---

La Televisión es el medio de comunicación diferente a los demás. Desde la infancia hasta la vejez penetra en casi todos los hogares. A diferencia de los periódicos y revistas, la televisión no requiere de un público alfabeto. A diferencia del cine, funciona continuamente y, una vez comprando el aparato su costo es realmente bajo. A diferencia del radio, trasmite a la vez imagen y sonido con un impacto mayor para la audiencia. A diferencia del teatro y del cine, no requiere de abandonar la intimidad del hogar. Con un acceso virtualmente ilimitado, la televisión se convierte en el medio más impactante de la sociedad moderna.

La palabra televisión, viene de la raíz griega TELE, que significa " a distancia", "lejos"; y de la palabra latina VISIO-ONIS que significa "visión", "video", que se deriva del verbo latino VERE, es decir "ver", "mirar".

El desarrollo de la Televisión ha tenido una evolución muy interesante que nos permite conocer lo que es la televisión actual. Pero para comprender el surgimiento, crecimiento y desarrollo de este medio masivo de comunicación, es importante reconocer los inventos y descubrimientos de tantos investigadores que llevaron a cabo el nacimiento, de este medio.

---

---

## **2.1 . PANORAMA GENERAL DE LA HISTORIA DE LA TELEVISIÓN EN EL MUNDO**

- 1842 Alexander Brain inició los diseños y construcción de un transmisor y un receptor que respectivamente enviaban y reproducían imágenes, lo que puede considerarse como la idea precursora de lo que ahora es la televisión.
- 1874 El físico inglés John Kerr descubre los principios de la fotoelectricidad haciéndose factible la transmisión de imágenes a través de la energía eléctrica.
- 1877 Berseluis descubre las posibilidades de industrializar el selenio y Carey más tarde crea una celda del propio selenio capaz de transformar luz en electricidad.
- 1883 Paul Nipkow crea un rudimentario rastreador a base de un disco explorador que es usado a base de la electrónica crea un nuevo sistema de exploración a mediados de 1920.
- 1887 El alemán Hertz inicia sus experimentos sobre los efectos fotoelectrónicos .

- 
- 1906 El ruso Boris Rosing crea el tubo de rayos catódicos, y en ese mismo año Rignoux y Fournier construyen un modelo elemental de transmisor.
- 1909 Lee de Forest en Estados Unidos inventa el audion o tubo triodo que no obstante de haber sido creado para el radio, fue utilizado para la televisión al considerarlo como el bulbo más eficaz para la emisión de los impulsos electrónicos seleccionados por el explorador de televisión. Este bulbo esta considerado entre los 20 inventos más grandes de todos los tiempos.
- 1923 Vladimir Zworykin inventa el iconoscopio o sea el tubo electrónico para la cámara de televisión y el cinescopio para el receptor electrónico que presenta en noviembre de 1929 en Nueva York.
- 1928 Philo T. Farnsworth crea el director de imágenes que da base a las investigaciones de Rose y lam hasta llegar en 1939 a ortición.
- 1939 Se inicia la televisión comercial el mundo de la televisión comercial cuando la NBC transmite en los Estados Unidos los primeros programas producidos con comerciales.
-

---

1941 RCA actualiza el sistema de televisión en circuito cerrado y fabrica un cable coaxial que mejora notablemente la transmisión de imágenes.

1949 En Estados Unidos de América había 200 estaciones emisoras de televisión y se calculan en más de dos millones y medio los aparatos de televisión en blanco y negro.

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

Los orígenes históricos de la televisión mexicana se remontan al año de 1934, cuando el Ingeniero González Camarena comienza a realizar programas experimentales de televisión. El equipo empleado había sido construido por el propio González Camarena. Un año después, el Presidente Lázaro Cárdenas apoya dichos experimentos y dispone se facilite al ingeniero los estudios de la radiodifusora XEFO del Partido Nacional Revolucionario. En el año de 1939 da a conocer el invento de un sistema de televisión a color llamado Tricromático, basado en el principio físico de los tres colores básicos el verde, rojo y azul. El 6 de agosto de 1940 patenta el adaptador cromoscopio de su invención.

1943 El 18 de Septiembre , Don Emilio Azcarraga Vidaurreta, colocó la primera piedra de lo que originalmente sería

---

---

Radiopolis, pero en el año de 1950 se construyo ahí Televiscentro.

- 1945 El Ing. González Camarena hace una demostración de la primera cámara de televisión construida en México.
- 1946 El 7 de Septiembre en la casa de Havre No 74 de la Ciudad de México, sale al aire la estación experimental de televisión con las siglas XHIGC. La recepción de las primeras señales de vídeo se llevó a cabo en la Liga Mexicana de Radio Experimentadores. La transmisión consistió en un programa artístico tipo radio.
- 1947 En el mes de septiembre se empezaron a presentar demostraciones de televisión en salas de cine de la capital mexicana, donde se incluían comerciales de American Photo, General Popo, Colgate Palmolive y general Electric. En ese mismo año a petición del Presidente el Lic. Miguel Alemán (1946), nombra una comisión para que se encargará de analizar la forma de operar de los dos principales sistemas de televisión de ese momento: el estadounidense (comercial- privado) y el británico (monopolio estatal).
-

---

Para tal efecto la comisión designada por el INBA e integrada por el escritor Salvador Novo y por el ingeniero González Camarena debería realizar un viaje por los Estados Unidos y Europa, y entrega, al término del mismo, un informe al presidente Alemán Valdés con el fin de que el gobierno de México contara con elementos para determinar cuál de las dos formas de operación de la televisión convenía más a nuestro país. La comisión entrego al presidente su análisis en 2 partes, la primera, escrita por Salvador Novo, que se refería a los aspectos administrativos, de organización, financiamiento y contenido de ambos sistemas; el segundo, escrito por el Ing. González Camarena, que hablaba de las características técnicas de ambos sistemas. Solo la parte redactada por González Camarena, dice que el sistema recomendado para México es el de la televisión estadounidense, ya que todos los experimentos realizados en México se han hechos con el sistema comercial- privado. Así mismo, por la cercanía que existe entre Estados Unidos y México, para saber los avances tecnológicos que este tipo de televisión iba obteniendo.

1948 Se realiza la primera transmisión experimental a color, en circuito cerrado, de una operación en un quirófano.

---

- 
- 1949 En noviembre el secretario de Comunicaciones Agustín García López anuncia que hay concesiones de televisión susceptibles de explotarse comercialmente. Posteriormente se otorga la primera concesión, a la empresa Televisión de México, S.A., propiedad del Sr. Rómulo O'Farril dueño también del diario Novedades, la estación adopta las siglas XHTV y se le asigna el canal 4.
- Un representante de la RCA visitó a Don Romulo O'Farril ofreciéndoles sus equipos para la instalación de la estación.
- 1950 En enero se inician las instalaciones del equipo RCA para el canal 4, en los pisos 13 y 14 del Edificio de la Lotería Nacional, que se consideró era el idóneo, por las facilidades que ofrecía su ubicación, y la altura del mismo.
- El 26 de julio se iniciaron pruebas y oficialmente transmitió, como inauguración, el IV Informe de Gobierno del Lic. Miguel Alemán, el 1ro de Septiembre del mismo año, la primera televisión comercial por medio del Canal 4, a las 18:00 hrs.
- 1951 El 21 de Marzo inicia sus transmisiones regulares la estación XEWTV, Canal 2, concesionado a la Empresa Televimex, S.A. , propiedad del magnate de la radio Emilio Azacárraga Vidaurreta.
-



- 
- 1951 El 12 de abril primer programa de noticias de canal 2, "El noticiero Celanese" (Mayo) Primer programa en Estudio "La nieta de Raffles", con Sara García.
- 1951 Instalación de la primera estación repetidora del canal 4 en el Paso de Cortés .
- 1952 El 18 de Agosto, comienza sus transmisiones regulares la estación XHGC , canal 5, concesionada al Ingeniero Guillermo González Camarena.
- 1952 Inauguración de Televicentro, núcleo de actividades del canal 2.
- 1953 Primera Telenovela "Un paso al abismo" con capítulos de 30 min. Por Canal 2.
- 1955 Fusión de los canales 2,4 y 5 para crear Telesistema Mexicano S.A. La nueva empresa no se convierte en concesionaria, con lo cual salvaba legalmente lo establecido en el artículo 28 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos en el sentido de no permitir las prácticas monopólicas en México.
-

---

Las estaciones continúan perteneciendo a las empresas que originalmente las obtuvieron: Televisión de México, S.A., (canal 4); Televimex, S.A. , (canal 2) y Televisión González Camarena, S.A., (canal 5).

1955 Fundación del Sindicato de Trabajadores y Artistas de Televisión (S.I.T.A.T.Y.R.)

1959 Inicio oficial de actividades del primer canal cultural de la América Latina, XEIPN, canal 11. Estación permitida al Instituto Politécnico Nacional. (Las estaciones culturales y experimentales operan a través de permisos, no de concesiones).

1960 Promulgación de la Ley Federal de Radio y Televisión.

1960 Introducción del sistema de grabación de la imagen y sonido denominado vídeo- tape. México comenzó a exportar novelas tan pronto como el videotape dio la posibilidad técnica, La primera telenovela exportada fue "Gutierritos"

---

- 
- 1961 Se inicia la expansión de la televisión mexicana. Televisoras de los Estados Unidos, Centro y Sudamérica conforman sus programaciones con video-tapes mexicanos.
- 1962 Nace en Monterrey la cadena de Televisión Independiente de México (TIM), empezando transmisiones con el canal 6 local.
- 1962 Patente en México, Estados Unidos y otros países del sistema de televisión a color inventado por el Ing. González Camarena y denominado Sistema Bicolor Simplificado.
- 1963 Primeras transmisiones a través de satélites.
- 1963 Lanzamiento del cosmonauta Gordon Cooper en el Proyecto Mercury IX, primer evento internacional que llega a México en directo.
- 1963 Transmisión de los funerales de John F. Kennedy y del Papa Juan XXIII.
- 1964 XVIII Olimpiada celebrada en Tokio, Japón, y coronación de Paula VI.
-

- 
- 1965 Inicio de transmisiones de la programación vía satélite con el "Pájaro Madrugador", primer satélite espacial estacionario; programa mundial especial para su inauguración.
- 1965 La expansión de la televisión mexicana , el 90% de la televisión peruana estaba formada por vídeo tapes importados de México.
- 1965 Transmisión de los lanzamientos espaciales del proyecto Géminis II.y del campeonato Mundial de fútbol celebrado en Inglaterra.
- 1967 Inicio de las transmisiones continuas a color. La primera serie en color fue "Leyendas de México".
- 1968 Cobertura de los eventos de la IXI Olimpiada celebra en México y su difusión al mundo a través del satélite artificial Intelasat.
- 1968 Transmisión de los lanzamientos especiales del Programa especial Apolo.
-

---

1968 El 25 de Enero inicio de actividades de la estación XHTM, canal 8. La concesión se otorgo a la empresa Televisión Independiente de México (TIM), empresa que se une al poderoso grupo industrial Alfa de la ciudad de Monterrey. Transmitía programas musicales , deportivos, telenovelas, y emisiones de larga duración.

1968 El 12 de Octubre se inauguro XHDFTV- Canal 13, cuya concesión se otorgo a Francisco Aguirre. Se instaló en la Torre Latinoamericana. (En el tercer año de operación logra utilidades, siendo esto muy especial, pues la mayoría de las estaciones en el mundo logran obtener utilidades después de los cinco años) La programación se basaba en series filmadas.

1968 El Gobierno de la República emite las siguientes disposiciones:

a) El pago de un impuesto equivalente al 25% del monto de ganancias de las empresas de telecomunicaciones.

b) Se propone una alternativa. Colocar el 49% de sus acciones en instituciones nacionales de crédito a fin de poderse emitir certificados de participación susceptibles de ser adquiridos por el público.

---

- 
- 1969 Después de 6 meses de negociaciones entre representantes de la Cámara Nacional de la Industria de Radiodifusión y el gobierno federal, el presidente Díaz Ordaz emite un decreto que añade una opción para cubrir el impuesto mencionado: el gobierno de la república considerará cubierto dicho impuesto si las estaciones de radio y televisión ponen a disposición del Estado 12.5% del tiempo diario de su programación para que lo utilice de la manera que juzgue pertinente. Si el ejecutivo no utilizase, total o parcialmente ese tiempo, deberá hacerlo el concesionario para sus propios fines con tal de no interrumpir el servicio.
- 1969 El 20 de Mayo la Secretaria de Comunicaciones y transportes otorga a la empresa Cablevisión, S.A., filial de Telesistema Mexicano el servicio de Televisión por cable, para operar en la ciudad de México.
- 1969 Recepción de las imágenes enviadas por el hombre al llegar a la Luna.
- 1969 Organización del departamento de noticias de Telesistema Mexicano.
-

- 
- 1970 Transmisión de los juegos del campeonato Mundial de Fútbol celebrado en México y su difusión mundial.
- 1971 Se construye en México la organización de Televisión de Iberoamérica (OTI), cuyo objetivo es el de intercambiar programación a través de satélites , entre las televisoras de Latinoamérica, Portugal y España. México posee el 48% del total de votos en las asambleas y aporta el 70% de las cuotas con que se sostiene a la organización.
- 1972 XX Olimpiada transmitida desde Munich, Alemania.
- 1972 15 de Marzo, el gobierno mexicano adquirió la totalidad de las acciones de canal 13, por conducto del grupo financiero Somex , y el 12 de mayo de ese mismo año se expidió el decreto que estableció la Televisión Rural del Gobierno Federal, para así por medio de este canal poder llevar el servicio a las poblaciones campesinas.
- 1973 8 de Enero fusión de Telesistema Mexicano y Televisión Independiente de México, por medio de sus canales 2,4,5 y 8 para formar Televisión Via Satélite, S.A. (Televisa), con el objeto principal de programar, producir y coordinar las
-

---

---

actividades de sus canales, eliminando así la competencia que existía.

1974 Campeonato Mundial de Fútbol celebrado en Alemania.

1974 Se funda la empresa Satélite Latinoamericano, S.A. (Satelat) con los objetivos de difundir la imagen de México en América Latina y de ocuparse de la producción, distribución, representación, compra-venta y comercio en general de programas de televisión por satélite. El 52% del total de las acciones pertenece a los canales de televisión 11 y 13, al Banco Nacional Cinematográfico y a Notimex. El 49% restante son propiedad de Televisa.

1976 XXI Olimpiada, celebrada en Montreal, Canadá.

1976 Canal 13 cambia de instalaciones a Periférico Sur 4121, este cambio de local amplió la programación considerablemente pero sin aumentar las horas de transmisión.

1976 Televisa adquiere el 20% de las acciones de la empresa Spanish International Communication Corporation de los Estados Unidos y funda el sistema Univisión, empresa

---

---



---

a través de la cual exporta programas a los Estados Unidos por vía satélite y microondas.

- 1977 Reconocimiento otorgado a la televisión mexicana por la National Academy of Television, Arts and Sciences en la ciudad de Nueva York.
- 1978 Campeonato Mundial de Fútbol celebrado en Argentina
- 1980 En enero de este año Canal 13 aumenta las horas de transmisión y se inició la programación matutina.
- 1980 Televisa y la Secretaria de Comunicaciones y Transportes firman un convenio para instalar 80 estaciones terrenas para comunicación por satélite. según el convenio, una vez instaladas las estaciones financiadas por Televisa, esta deberá cederlas al gobierno federal para que las opere por conducto de la SCT.
- 1980 La televisión Mexicana inicia su expansión a los mercados europeos.
- 1980 XXII Olimpiada en Moscú.
-

- 
- 
- 1981 Transmisión del lanzamiento del transbordador espacial Columbia.
- 1982 Campeonato Mundial de Fútbol celebrado en España.
- 1983 El canal 8 de Televisa cambia las características de su programación. La intención es convertirlo en un canal de divulgación cultural, único canal de televisión privada sin comerciales en todo el mundo. Dos años más tarde se convierte en XEQ canal 9.
- 1983 Televisa vende sus acciones de la Spanish International Communication Corporation. Univisión continúa con sus operaciones llegando a cubrir en la actualidad a más de 82% del mercado de habla hispana en los Estados Unidos.
- 1984 XXIII Olimpiada en los Estados Unidos.
- 1985 Inicio de las actividades del segundo canal del estado XHIMT canal 7.
- 1985 Fusión de los canales 13 y 7 del Estado para formar el Instituto Mexicano de televisión (IMEVISION).
- 
-

- 
- 1985 Es puesto en órbita el primer sistema de radiodifusión vía satélite mexicano integrado por los satélites Morelos Y Morelos II.
- 1985 El Estado se convierte en el pionero de la televisión mexicana en transmitir a través de la frecuencia UHF con el inicio de operaciones de la estación XEIMT canal 22 mismo que se adhiere a IMEVISION.
- 1986 Transmisión de los juegos de campeonato Mundial de Fútbol celebrado en México y difundido a todo el mundo.
- 1986 Televisa crea la Univisa Inc. representante de los negocios del grupo en los estados unidos: Univisión, Galavisión, Eco y Univisa Satélite Communications.
- 1987 Imevisión inicia transmisiones regulares en el canal 52 de Los Ángeles California.
- 1987 La productora de televisión independiente Tele-Rey comienza a exportar sus programas a Centro y Sudamérica además de proveer material a Imevisión.
-

- 
- 1987 Imevisión trasmite su programación vía satélite a Costa Rica y Panamá.
- 1988 Televisa comienza a exportar sus programas a países como Francia, Inglaterra, China, Unión Soviética, Turquía y la India.
- 1988 XXIV Olimpiada celebrada en Seúl, Corea.
- 1988 El 1ro de septiembre, Televisa pone en marcha un proyecto jamás intentado: dar información y entretenimiento las 24 horas diarias a través del noticiario ECO mismo que se trasmite vía satélite a los Estados Unidos, Centro, Sudamérica, Europa, Norte de África y Moscú. (Este proyecto continúa, en México se puede ver a través de cablevisión, y sigue sus transmisiones en el mundo).
- 1988 La señal de Televisa comienza a difundirse vía satélite a Europa Occidental.
- 1988 A través de un convenio entre Televisa y Tevescom se ofrece al público el servicio del teletexto denominado "Info-2000" (Servicio informativo ininterrumpido los 365 días del año).
-

- 
- 1989 Entra en función el sistema "MVS Multivisión" con la transmisión vía microondas de ocho nuevos canales de televisión.
- 1990 Transmisión de los juegos de campeonato Mundial de Fútbol celebrado en Italia.
- 1992 XXIV Olimpiada celebrada en Los Ángeles, Estados Unidos
- 1992 Televisa se transformó en una empresa de sólida presencia internacional debido a las espectaculares compras de medios de difusión, realizadas en varias partes de América Latina.
- 1993 Televisa continuo adquiriendo paquetes accionarios de compañías de comunicación y consolidándose, como el consorcio multimedia más poderoso de Iberoamérica.
- 1993 Se entablaron alianzas comerciales con numerosos e importantes grupos multimedia del mundo, los cuales han comenzado a considerar el mercado latinoamericano como una zona de expansión muy importante para sus negocios.
-

- 
- 
- 1993 El 19 de Noviembre lanzamiento del Satélite Solidaridad I. cubrirá además del territorio mexicano, toda América Latina y las principales ciudades de Canadá y Estados Unidos. Este sistema es considerado como el más moderno y con mayor capacidad de todo el mundo.
- 1993 Se privatizan los canales 7 y 13 y se forma lo que es Televisión Azteca. La compra la realiza los dueños de las tiendas departamentales Salinas y Rocha.(Elektra).
- 1994 Transmisión de los juegos de campeonato Mundial de Fútbol celebrado en Estados Unidos.
- 1994 Televisa crea en cadena nacional a Canal 9, con las 67 concesiones que había obtenido en 1993.
- 1994 "El sistema de Televisión abierta en México, vivió su primer año de autentica competencia teniendo comoprotagonistas a Televisión Azteca y Televisa" <sup>11</sup> Así como varios de los anunciantes comenzaron a colocar avisos en Televisión Azteca.

---

<sup>11</sup> Enciclopedia de México. Todo Mexico . Estados Unidos abril 1995, pg 359.

- 
- 1994 Televisión Azteca se asocia con la NBC comprando el 10% de las acciones.
- 1995 Se realiza el primer concurso interactivo de la televisión mexicana por canal 13 y 7 llamado TeleGana.
- 1995 El grupo Televisa vende el 49% de las acciones de Cablevisión, al Sr. Carlos Slim, (Telmex)
- 1995 19 de Junio inicia oficialmente la transmisiones de CNI- Canal 40, que llega a través de UHF a todo el Distrito Federal y área metropolitana, 100 ciudades de la República Mexicana, a través de 80 sistemas de Televisión por cable.
- 1996 Se abren 2 repetidoras del canal 22
- 1996 En marzo Televisión Azteca adquiere los derechos para la transmisión del "Oscar".

Como podemos observar a partir de la privatización de los canales 7 y 13, la competencia esta latente, día a día, las diferentes cadenas de televisión buscan adquirir nuevos espectadores, y de esta manera podrán obtener nuevos anunciantes.

---

---

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

Es necesario que la televisión siga su curso, y sus avances y no se estanque como lo ha venido haciendo de cinco años a la fecha, con sus repeticiones. Si sigue este camino la probabilidad es que después de haber tenido un auge decaiga, y quizá no vuelva a resurgir, es por eso que es necesario que se produzcan programas de mayor calidad, entretenimiento, contenido, información, para el espectador que cada día pasa más horas frente al televisor.



---

**CAPITULO III**

**EVOLUCION  
DE LOS  
ASPECTOS  
JURIDICOS DE  
LOS  
INTERPRETES**

---

---

### 3.1. HISTORIA DEL DERECHO DE INTERPRETE EN MÉXICO

El derecho de interprete aparece dentro de la legislación civil mexicana, el 30 de Agosto de 1928, cuando en el código civil en esa fecha promulgado, en su artículo 1191, actualmente derogado por las sucesivas reformas en materia del Derecho de Autor, estableció:

"Podrán obtener derecho sobre las producciones fonéticas de obras literarias o musicales, los ejecutantes y declamadores, sin perjuicio del derecho que corresponda a los autores".<sup>12</sup>

Es posible que el manifiesto sindicalista, surgido de las prescripciones de la Constitución Federal de 1917 haya captado en aquella época la atención y esfuerzo de los interpretes, ya que inclusive les brindaba; ante el empresario, una defensa eficaz.

El atraso en los medios mecánicos de reproducción de aquella época, impidió a los interpretes de la República Mexicana darse cuenta de la importancia del derecho que la ley les había atribuido y el precepto transcrito se convirtió, por ende, en letra muerta, hasta el punto que la Ley Federal sobre Derecho de autor, promulgada el 14 de Enero de 1948, no consagró el derecho de interprete y ni siquiera se menciona su institución en la iniciativa que el Ejecutivo envió a las Cámaras;

---

<sup>12</sup> Trueta Urbina, Teoría Integral del Derecho. Ed. Porrúa. 1984 pg. 65

---

El artículo 2 transitorio de esta ley deroga el artículo 1191 dejando a los intérpretes, única y exclusivamente la posibilidad de buscar y encontrar protección al amparo de las organizaciones sindicales.

"No es hasta el 21 de Junio de 1954 que el C. Juan José Osorio, Secretario General del sindicato único de trabajadores de la música, en su calidad de diputado al Congreso de la Unión, inició reformas a la ley sobre el Derecho de Autor, proponiendo se aclarará el artículo 6, a fin de que quedara determinado que el ejecutante y el intérprete tenían todo el derecho de autorizar el uso de sus interpretaciones directamente difundidas por radio y televisión, que se obligara a toda persona que publique, grabe o difunda una obra, a mencionar el nombre del artista, intérprete o del músico ejecutante cuando sea solista o del director cuando se trate de un grupo; que los propietarios de estaciones radiodifusoras o televisoras solo podrían grabar selecciones musicales o parte de estas, obras literarias o didácticas, científicas o programas completos para efecto de su conservación de archivos propios, quedando estrictamente prohibida la explotación comercial de dichas reproducciones, así como la transmisión de interpretaciones por medio de la radiodifusión o televisión, sin que previamente se hubiera obtenido la autorización de los ejecutantes, y finalmente que se prohibiera la grabación de las ejecuciones directas realizadas en radio o televisión, por artistas, intérpretes o músicos ejecutantes sin previa autorización."<sup>13</sup>

El Licenciado Rodolfo Echeverría Álvarez, Secretario General de la A.N.D.A (1954), en calidad también de diputado del Congreso de la Unión, y de miembro de la comisión dictaminadora correspondiente, emitió dictamen favorable a la iniciativa, de referencia, lo cual

---

<sup>13</sup> Que es la Asociación Nacional de Intérpretes S.C. .Volumen #1 México D.F., Octubre de 1960 ANDA. ANDI

---

despertó atención de los representantes populares para este problema.

El Senador Antonio Rocha en diciembre de 1956, hablando a la comisión dictaminadora confesó que la figura del Derecho de Interprete, fue introducida en la legislación mexicana de 1956, como resultado de las gestiones realizadas por los trabajadores de la música y por algunas agrupaciones de intérpretes.

En 1956 la protección de los interpretes quedo reflejada en la nueva ley a través del articulo 68 donde se contemplaba.

"Los ejecutantes, cantantes, declamadores, y en general todos los intérpretes de obras difundidas mediante el radio, la televisión, el cinematógrafo, el disco fonográfico o cualquier otro medio apto a la reproducción sonora, visual, tendrán derecho a recibir una retribución económica por la explotación de esas interpretaciones.

A falta de convenio expreso, esta remuneración será regulada por las tarifas que explda la Secretaria de Educación Publica. Cuando en la interpretación intervengan varias personas, la remuneración se distribuirá de acuerdo con lo que ellas convengan , en su defecto, por lo que disponga el reglamento de esta ley."<sup>14</sup>

El 19 de junio de 1962 la Dirección General de Derecho de Autor de la Secretaría de Educación Pública y los miembros de la Comisión Mixta para el estudio de las tarifas para el pago de los derechos de

---

<sup>14</sup> Ley Federal del derecho de autor, 1956. Publicada por la secretaria de Educación Publica.

---

ejecución pública de música en aparatos fono-electromagneticos, aprobaron y firmaron por unanimidad de votos, el 1er proyecto de tarifas en los términos del art. 95 de la Ley Federal sobre el Derecho de Autor; este texto fue modificado posteriormente y ratificado para ser publicado en el Diario Oficial de la Federación de fecha 19 de julio de 1962.

Es hasta el año de 1963 cuando se logra que se regule y se reconozca mas ampliamente el Derecho de Interprete, ley que actualmente esta en vigor y que se comentara en el inciso 3.3. de este capitulo, a través de la Ley Federal de Derechos de Autor

Podemos contemplar que la ley, se ha quedado atrás, debido a que en 32 años la tecnología y las comunicaciones digitales han avanzado a pasos agigantados apareciendo la televisión por cable, por antena, la codificación, Internet, (la supercarretera de la información), la digitalización, etc. A medida que la economía mundial evoluciona se logran mayores avances tecnológicos, y, las necesidad de estar cada vez mas y mejor informados hace que se busquen mayores recursos para poder establecer toda clase de redes de comunicación directa al menor costo.

Para mantener el nivel adecuado de protección de la propiedad intelectual, que incluye los derechos de Intérpretes y así lograr el fortalecimiento de la sociedad de la información.

En 1994 la Dirección General de Derecho de Autor convocó a todos los interesados a hacer reformas a la ley, para tal efecto se realizaron una serie de ponencias por presentar propuestas de parte de usuarios, y sociedades de gestión. Se cree que para el periodo de sesiones de la cámara de diputados que se llevara a cabo en Septiembre, de este año, entrara en la revisión la Ley Federal de Derecho de Autor de 1963 con el objeto de adecuarla a las necesidades vigentes.

### **3.2. LOS DERECHOS DE INTERPRETE EN EL MARCO INTERNACIONAL**

En el ámbito Internacional en la Conferencia Diplomática de Roma de 1928, para la revisión de la conferencia de Berna, se propuso el reconocimiento de un derecho para los intérpretes; pero la propuesta fue rechazada por la mayoría y se acordó, solamente, que las legislaciones nacionales de los Estados representados, buscaran una adecuada protección para esos intereses , sin perjudicar el derecho de autor.

---

---

"Como trabajos anteriores a la conferencia de Ginebra, se puede mencionar el proyecto de convenio anexo a la Convención de la Unión de Berna, para reglamentar el derecho de los interpretes y artistas ejecutantes, dentro de los derechos conexos, del que fue autor Fritz Ostertag."<sup>15</sup>

En el ámbito internacional La Convención Universal de los Derechos de Autor (1952), ha tenido la virtud, primordialmente de servir de guía de las delegaciones de los países signatarios para establecer el Derecho de Interprete.

Así mismo el Consejo de la O.I.T., reunió en Ginebra del 10 al 17 de julio de 1956, un comité de expertos que formulo el proyecto de convenio internacional relativo a la protección de los artistas ejecutantes o interpretes, de los fabricantes de los fonogramas y de los organismos de la radiodifusión.

En la novena reunión general de la U.N.E.S.C.O. celebrada en Nueva Delhi, en los meses de noviembre y diciembre de 1956, fue aprobada una resolución relativa a la participación de la citada organización en una reglamentación internacional de los derechos conexos de autor o de interprete.

---

<sup>15</sup> Mouchet Carlos y Radaelli Sigfrido. Los Derechos de Escritor y artista, pg. 316

---

El 26 de octubre de 1961 en la ciudad de Roma, el plenipotenciario de México, debidamente autorizado al efecto firmo ad referendum la Convención Internacional sobre la protección de Artistas Interpretes o Ejecutantes, los productores de Fonogramas y los Organismos de Radiodifusión, el 27 de Diciembre de 1963 según decreto publicado en el Diario Oficial de la Federación fue aprobado por la H. Cámara de senadores del Congreso de la Unión entrando en vigor, Regulando el Derecho de Interprete entre los países y protegiendo especialmente la fijación de las obras sin autorización.

### **Los derechos de los artistas intérpretes en la convención de Roma de 1961**

Los derechos mínimos que consagra la convención se contemplan en el artículo 7, y se pueden resumir en la facultad de impedir que tienen los artista interpretes cuando realizan sin consentimiento los actos de radiodifundir y comunicar públicamente sus interpretaciones, o los de fijar sobre una base material su ejecución no fijada, o si se trata de reproducir la fijación de su ejecución o el empleo de su interpretación artística para fines distintos de los autorizados.



---

---

## Situación en México en cuanto a la Convención de Roma de 1961

El legislador mexicano de la Ley Federal de Derechos de Autor de 1963 vigente, inspirado en las disposiciones contenidas en la ley italiana relativas a la protección de los derechos de autor y de otros derechos de interpretes a su ejercicio, de 22 de abril de 1941, así como de las conferencias internacionales de la Haya y de Roma de 1961, plasmó dentro del cuerpo normativo nacional, en forma sistemática y sólida, los derechos de los artistas interpretes.

México firmó ad referendum la convención de Roma de 1961 el 26 de octubre de ese año fecha en que concluía la conferencia Internacional.

La convención fue aprobada por la H. Cámara de Senadores del congreso de la Unión el 27 de Diciembre de 1963, y publicado mediante decreto del 31 del mismo mes y año.

La ley Mexicana, al contrario de la convención de Roma, concede a los artistas interpretes el derecho de autorización previa para el uso de sus interpretaciones, según se deriva de la lectura de sus artículos 75, 77 y 86.

---

---

---

En el marco internacional actualmente se aprobó en Estados Unidos el Documento Blanco que regula los Derechos de los Interpretes, el documento verde que contempla la protección de los mismos en la comunidad Europea y se está creando un documento dentro de la OMPI, que posiblemente sea llevado a la conferencia para su aprobación este año, donde se establece una normatividad más amplia para proteger a los interpretes de acuerdo a la Super Carretera de la Información.

La OMPI - La organización mundial de la propiedad intelectual (OMPI) constituida en 1970, se convirtió en un organismo especializado de las Naciones Unidas en 1974. Sin embargo su origen se remonta a los años 1883 y 1886 cuando se adoptaron el convenio de París para la protección de la propiedad industrial (1883) y el convenio de Berna para la protección de las obras literarias y artísticas (1886), respectivamente. Ambos tratados estipulan la creación de secretarías que fueran unificadas en 1983 y con los años llegaron a convertirse en la OMPI.

Las principales actividades consisten en establecer normas internacionales en el campo de la propiedad intelectual (Derecho de Interprete) especialmente mediante tratados internacionales o leyes tipo.

---

---

Al primero de Febrero de 1995 OMPI estaba formada por 151 Estados miembros.

### **3.3. ARTÍCULOS RELACIONADOS CON EL DERECHO DE INTERPRETE EN LA LEY FEDERAL SOBRE DERECHO DE AUTOR. (1963)**

"ART. 79 .- Los derechos por uso o explotación en obras protegidas por esta ley, se causaran cuando se realicen ejecuciones, representaciones o proyecciones con fines de lucro obtenidos directa o indirectamente. estos derechos se establecieron en los usufructuarios, y a falta de convenio se regularán por las tarifas que expida la Secretaria de Educación Pública, la que al fijarlas procurará ajustar los intereses de unos y otros integrando las comisiones mixtas convenientes.

ART. 84.- Los intérpretes y ejecutantes que participen en cualquier forma o medio de comunicación al público, tendrán derecho a recibir la retribución económica irrenunciable por la utilización pública de sus interpretaciones o ejecuciones.

ART. 98.- Son atribuciones de las sociedades de autores:

II.- Recaudar y entregar a sus socios, así como a los autores extranjeros de su ramos, las percepciones pecuniaras provenientes de los derechos de autor que les correspondan.

Recaudar en el país, y sin que sea preciso tener representación alguna, los derechos que se generen por la utilización pública en cualquier forma de las obras de autores extranjeros, quedando supeditada la entrega de dichas recaudaciones a los autores extranjeros o las asociaciones que los representen en su caso, con base al principio de reciprocidad.

---

---

Para la recaudación de los derechos de autores nacionales, se requerirá que estos otorguen individualmente al mandato a la sociedad, en el caso de que el termino de dos años el autor no haya recaudado las percepciones a que tienen derecho, aun sin el mandato expreso individual a la sociedad autoral, las recaudara notificando al autor o a su causahabiente por conducto de la Dirección General de Derecho de Autor de la Secretaria de Educación Pública. estas percepciones serán manejadas por la sociedad autoral correspondiente, a través del fideicomiso de administración previsto en la ley.

ART. 159.- Es nulo cualquier acto por el cual se trasmitan o afecten derechos patrimoniales de autor, interpretes y ejecutantes, o por el que se autoricen modificaciones a una obra cuando se estipulen condiciones inferiores a las que señalen como mínimas las tarifas que expida la Secretaria de educación Pública."<sup>16</sup>

**"TARIFA:**

**SECCIÓN 1a- Radio y televisión**

**II.- TELEVISIÓN.-**

a).- Drama, comedia, sainete, declamación, conciertos, ballet, opera, zarzuela, revista, diálogos (sketchs), monólogos, recitales poéticos, literarios, de canto o de baile, obras dramático musicales, pantomímicas, coreograficas y otras de naturaleza similar.

Sobre la duración de la transmisión de la obra, conforme a las siguiente proporción:

Una hora de transmisión (54 minutos efectivos), una cantidad igual al precio de....., 25.00 segundos de tiempo de más alto costo que tenga autorizado en sus tarifas la estación transmisora, por la SCOP.

---

<sup>16</sup> Nueva Ley Federal Sobre Derecho de autor. Editorial Andrade S.A., México, 1986, pg 305-326.3

---

Media hora de transmisión (27 minutos efectivos), una cantidad igual al precios de ....., 12.50 segundos del tiempo de más alto costo que tenga autorizado en sus tarifas la estación transmisora, por la SCOP.

Un cuarto de hora de transmisión (12 minutos efectivos), una cantidad igual al precios de ....., 6.25 segundos del tiempo de más alto costo que tenga autorizado en sus tarifas la estación transmisor, por la SCOP.

Cinco minutos de transmisión, una cantidad igual al precio de ....., 2.08 segundos del tiempo de más alto costo que tenga autorizado en sus tarifas la estación transmisora, por la SCOP."<sup>17</sup>

Tal como lo observamos estas son condiciones mínimas, por las que deberían pagar, y que en un contrato no deben establecer condiciones inferiores, sin embargo la realidad es totalmente distinta, tanto el contrato de televisa como el de televisión azteca, establecen condiciones inferiores como se contempla en los siguientes incisos:

### **3.4. LA A.N.D.I. (ASOCIACIÓN NACIONAL DE INTERPRETES) Y SUS CONVENIOS.**

La Asociación Nacional de Interpretes (ANDI), fue registrada el 26 de abril de 1957 ante la secretaria de Educación Publica con el numero 6 en la hoja 5 del libro 14 y es legitima representante de los intereses de todo actor, cantante, bailarín u otra persona que realice

---

<sup>17</sup> Nueva Ley Federal Sobre Derecho del Autor, Editorial Andrade, S.A., México, 1986, pg. 326-5. 327.

---

un papel, cante, recite, declame, interprete o ejecute en cualquier forma una obra literaria o artística o de naturaleza similar, aunque no exista texto previo que norme su desarrollo.

La ANDI se forma con el objeto de que los artistas puedan cobrar, el dinero que les corresponde, por la retransmisión de sus obras a través de los diferentes medios: es así como apegado en la Ley Federal Sobre Derechos de Autor se forma la sociedad de gestión de los intérpretes.

La ANDI actualmente les cobra a las 2 principales cadenas de televisión (Televisa y Televisión Azteca) a través de convenios donde estableció condiciones muy por debajo de las que regula la ley para el cobro de regalías por televisión. Como podemos observar a continuación las condiciones pactadas, son inferiores de las que establece la ley a través de las tarifas, y, así mismo sabemos que cualquier acuerdo por debajo de la tarifas será nulo, sin embargo por cuestiones políticas, económicas, y sociales así como de la dificultad de enfrentarse a uno de los mayores empleadores de los artistas, han impedido siquiera que lo establecido desde 1963 como derechos mínimos, hoy en día, sea retribuidos para los intérpretes, y que a ninguno de los convenios existentes se les ha aplicado la nulidad.

---

---

En los dos convenios no se reconoce el pago del material extranjero tal como lo establece el artículo 98 fracción II de la Ley de Derecho de Autor, en el de Televisa ni siquiera reconoce el pago de películas Mexicanas ya que la empresa aduce que las compro libres de derecho de autor violentando así el principio legal que el que transmite o exhibe es el que debe de pagar.

En seguida se mencionan los aspectos sobresalientes respecto a los derechos de los intérpretes, de los contratos de Televisa y Televisión Azteca respectivamente.

**\*CONTRATO ANDI / TELEVISA:**

**Cláusula Sexta.-** Como contra prestación, por los derechos adquiridos en los términos del presente contrato, Televisa se obliga a pagar a los artistas Intérpretes- representados por la ANDI, por conducto de esta por concepto de derecho de intérprete: Los siguientes porcentajes calculados sobre el salario original que hayan percibido en el programa de televisión de que se trate, a partir de la teledifusión posterior a la primera PASADA

**Transmisión  
República Mexicana**

A.- 10% (Diez por ciento) por la primera repetición. Este pago permitirá realizar una repetición en todas las plazas de la República Mexicana excepto el Distrito Federal.

B.- 100% (cien por ciento) por cada pasada en el Distrito Federal.

C.- Por cada pasada en el Distrito Federal de programas de televisión producidos en los siguientes periodos:

---

- 
- 
- 1.- Hasta el 31 de Diciembre de 1983                      400%  
2.- Del 1ro de Enero al 31 de Diciembre de 1988 300%

D.- Cualquier repetición en el Distrito Federal de los programas de televisión realizados en los dos años anteriores al año que corra, se pagara el 100% (cien por ciento) del salario original.

**Exterior.-**

Respecto del uso y explotación de los programas de televisión en el extranjero, cuando no resulte aplicable lo dispuesto por la cláusula quinta, se establecen las siguientes zonas y porcentajes aplicables por la primera pasada en cualquier plaza de la zona correspondiente:

- I.- Estados Unidos de Norte América y Canadá    10%  
II.- Centro América    10%  
III.- Las Antillas y el Caribe    10%  
IV.- Sudamérica    10%  
V.- Europa    10%  
VI.- Asia y Oceanía    10%  
VII.- África    10%

Las siguientes pasadas ulteriores se pagaran al 5% por cada zona.<sup>18</sup>

**\*CONTRATO ANDI / TELEVISIÓN AZTECA**

**QUINTA.-** Con objeto de realizar la cuantificación de los pagos que correspondan a la "ANDI" por la exhibición que haga "TV AZTECA" y sus representadas de sus programas de televisión, posterior a su primera transmisión, ambas partes convienen que "TV AZTECA" y sus representadas como compensación por la explotación de cada grabación fuera del territorio de la República Mexicana, pagar a los interpretes los siguientes porcentajes calculados sobre el salario que disfruten en el programa de que se trate: un 15% (quince por ciento) cuando

---

<sup>18</sup> Contrato actual ANDI- Televisa. Proporcionado por la ANDI ( 1 de diciembre de 1992)



---

se exploten en los Estados Unidos de Norte América, Un 15% (quince por ciento) cuando se exploten en Centro América, Un 15% (quince por ciento) cuando se exploten en Sudamérica, 15% (quince por ciento) en el caribe y 15% (quince por ciento) negociable cada 6 meses, cuando se exploten en cualquier otro país distinto a los que se señalan en esta cláusula y en donde "TV AZTECA" y sus representadas realice además, cualquier tipo de transmisión televisiva, como sería el caso de los llamados canales de televisión bilingüe o multilingüe o en idioma español o de cualquier otro medio de explotación o vehículo de comunicación con el carácter de inmueble y/o mueble fijo o transportado por cualquier otro medio o vehículo aéreo y/o terrestre y/o circuitos cerrados de televisión en blanco y negro y/o en color, etc. Por cualquier otro método o procedimiento técnico o científico conocido o por conocerse.

En caso de retomas por defectos en las grabaciones, ello será motivo de un pacto especial entre "TV AZTECA" y sus representadas y la "ANDI".

Las grabaciones o cualquier otro medio de reproducción de programas en vivo, actual o futuro, no se explotaran o se exhibirán en salas cinematográficas, salvo convenio expreso entre "TV AZTECA" y sus representadas y la "ANDI".

Séptima.- En los casos en que "TV AZTECA" y sus representadas realicen dentro de la república mexicana repeticiones, pagara a la "ANDI" el 15% (quince por ciento) calculado sobre el salario original convenido con 106 interpretes que intervengan en cada programa repetido, teniendo "TV AZTECA" y sus representadas con ese pago, derecho a una sola repetición en cada plaza de la República mexicana. En caso de repeticiones en el distrito federal "TV AZTECA" y sus representadas pagaran a la "ANDI", el 100% (cien por ciento) sobre el salario original convenido.

Décima.- Para el caso de explotación de películas cinematográficas que hayan sido filmadas para su exhibición en salas cinematográficas, y que sean exhibidas o proyectadas por "TV AZTECA" o sus representadas tanto en el Distrito Federal como en la República Mexicana y de acuerdo con los

---

---

artículos 20,30,40,50,60,70,79,82,85,86 y 87 de la ley Federal de derechos de autor estas pagaran a la "ANDI" la cantidad equivalente a dos salarios mínimos mensuales por película, tomando como referencia el salario mínimo que rige en el Distrito Federal.

La cantidad anterior será la que corresponda al salario mínimo mensual y que este vigente al momento de la exhibición de la(s) película(s) a cargo de "TV AZTECA" o sus representadas.

Décima Quinta.- El presente convenio empezara a regir a partir del día de su firma y tendrá una vigencia indefinida pudiendo tenerse revisiones del mismo a petición de cualquiera de las partes con un mínimo de treinta días de anticipación.

Los pagos que "TV AZTECA" y sus representadas deban hacer a la "ANDI" en virtud de este convenio se empezaran a computar a partir del día 1ro de Abril de 1993

El 10% por zona."<sup>19</sup>

El artículo 98 habla que el derecho de autor de los intérpretes sobre las repeticiones que se pasan dentro de la República, sin distinción que sean producciones Mexicanas o Extranjeras. En ningún artículo de la ley se contempla la zonificación, y menos habla del pago de un salario original recibido por el intérprete. (Siendo este muy por debajo, que el porcentaje de la tarifa de televisión que contempla como mínima la ley).

---

<sup>19</sup> Contrato Vigente ANDI- TV Azteca. México. 1993. proporcionado por la ANDI

---

---

Hasta el momento ni Televisa, ni Televisión Azteca pagan las repeticiones extranjeras, cosa que la ley faculta a las sociedades de autores claramente a través del ART. 98 fracción II (Ley Federal de Derecho de Autor), la facultad para poder cobrarlo sin que exista mandato expreso.

Por las películas Mexicanas Televisa no paga nada ya que argumentan que estas fueron compradas libres de derecho de autor, cosa que la ley no permite, recurrimos al principio del derecho, que lo que no está permitido está prohibido.

Televisión Azteca establece 2 salarios mínimos por cada película transmitida, pero no establece si es individual o colectivamente para los actores que intervienen.

Cablevisión y Multivisión por ser televisión cerrada, no paga ninguno el derecho de intérprete ya que la ley no contempla tarifas o porcentajes a aplicar por los usuarios y montos que recibe la empresa, sin embargo en el espíritu de la misma, podemos observar que debería cobrarse tal como si fuera televisión abierta o a través de convenios homologando la misma. Cabe destacar que existe un convenio en la ANDI de cablevisión de 1973 que establece que se pague el 5% del salario original pactado por las transmisiones generadas sobre telenovelas, por lo cual en 1996 el actor principal

---

---

---

de "Barata de Primavera" telenovela que fue transmitida 6 veces durante 4 meses completos solamente gano 9 pesos por este concepto.

Considero muy importante el destacar que el derecho conexo al derecho de autor, mejor conocido como derecho de interprete, ha sido a través del tiempo minimizado en relación al propio derecho de autor, toda vez que si bien al autor primigenio, nadie le niega la preeminencia de su derecho moral y patrimonial, también es cierto que es a través del interprete o ejecutante, a través de quien se obtienen la mayor y mejor difusión de una obra.

Ante este panorama, la administración de los derechos de interprete o ejecutante también deben ser protegidos frente al derecho del autor primigenio, toda vez que sin los primeros pudiera darse el caso de la no difusión de una obra y es por esto que la igualdad y equidad entre ambos derechos debe ser contemplada en la legislación nacional, considerando que esa facultad la adquiere el congreso de la unión derivado del texto de la propia conferencia diplomática de roma que desde 1928 dejo en libertad a los miembros para que, a través de sus propias legislaciones, una adecuada protección al derecho de interprete, ratificando facultad en la propia convención de Berna.

---

---

El derecho de interprete, o derecho conexo al derecho de autor, ha sido descuidado o quizá evitado por los autores en las diversas convenciones y en consecuencia, en la propia legislación nacional, no obstante que la lucha de las propias sociedades de autores de derechos conexos han realizado y así se ha evitado el darles el rango o preponderancia que requieren.

Cronológicamente desde épocas anteriores a la constitución de la organización mundial de la propiedad intelectual, no se ha llevado un orden adecuado y conveniente para tratar lo relativo a esta materia, pues no debemos olvidar que los autores, no solo por motivos políticos gremiales, sino también de carácter económico de las sociedades recaudadoras del pago de derechos de autores primigenio, ha obligado el no reconocimiento e importancia que los interpretes o ejecutantes deben tener, pues esto equivaldría a un reconocimiento de igualdad en las cantidades a cobrar para los autores.

En épocas recientes y a pesar de las peticiones que sociedades autorales del derecho de interprete han formulado, no se ha podido obtener la actualizaciones necesarias en cuanto a disposiciones legales y tarifas establecidas para el pago del Derecho de Intérprete,

---

---

inclusive los empleadores se han opuesto a reconocer estos derechos, apoyados por las sociedades de autores primigenios.

Podemos concluir que el derecho patrimonial de Intérprete en la legislación mexicana en cuanto a la explotación de su material por la televisión se divide en dos:

1.- El que contempla el artículo 73 que regula tanto el contrato de televisión azteca como de televisa, zonificando el mundo y que como lo mencionamos anteriormente no pagan por la transmisión en el extranjero sino por la venta y copiado del material, ya que una ley no puede traspasar las fronteras que limitan su coercitividad y punibilidad es a través de los tratados internacionales que se puede cobrar el Derecho de Intérprete en otro país.

2.- El que contempla el artículo 98 Fracción I y II que hasta el momento no se ha cobrado a las empresas ya que este habla de que toda repetición que transmita el usufructuario deberá pagar derecho de interprete ya sea nacional o extranjera y el contrato de Televisa en caso de repeticiones Mexicanas en cadena nacional establece el 100% del salario original, estando este muy por debajo de las tarifas que establece la ley.

---

---

**CAPITULO IV**

**SITUACION  
ACTUAL DE LA  
PROGRAMACION  
A NIVEL  
NACIONAL**

---

---

En este capítulo se efectuara una revisión de la distribución del tiempo utilizado en producción y en repetición de los diferentes canales, también se identificará el tipo de programación existente en cada uno de ellos, con el fin de apreciar la situación actual de la programación a Nivel Nacional.

#### **4.1. TIPO DE PROGRAMACIÓN Y COBERTURA DE LOS DIFERENTES CANALES DE TELEVISIÓN**

A continuación se identificarán los canales existentes con cobertura nacional y área metropolitana, su tipo de programación y el perfil de los mismos, para tener una idea general del entretenimiento que ofrecen.

Primero observaremos las 4 estaciones (canales 2, 4, 5, y 9) que pertenecen a Grupo Televisa, ya que éstos son los que hasta el momento captan mayor audiencia de televisión en México, en ellos se conjuga una diversidad de programas para cualquier tipo de público; como se aprecia en el Cuadro 1. Televisa tiene la mayor cobertura de audiencia de habla hispana en los Estados Unidos, Centro y Sudamérica, Europa y el Norte de África a través de sus cadenas televisivas nacionales e internacionales. El canal de las estrellas XEW TV se trasmite a tres continentes a través de los satélites como se puede observar en la Figura 1.





CANAL	PROGRAMACION	PERFIL
 <p>Canal 2 XEWTV <b>El Canal de las Estrellas</b> Red Nacional e Internacional</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Barra de telenovelas</li> <li>- Noticiero</li> <li>- Programas de Economía</li> <li>- Cómicos</li> <li>- De Concursos</li> <li>- Musicales y Deportivos</li> <li>- Películas Mexicana</li> <li>- Especiales y Variedades</li> <li>- Polemica y Controversia</li> </ul>	<p>El Telespectador es de todas las edades, sin embargo, predominan mujeres jóvenes de nivel socioeconómico A/B/C/D, así como segmentos de negocios además de público infantil y juvenil.</p>
 <p>Canal 4 XHTV <b>Donde Siempre pasa algo bueno</b> Mexico D.F. y Area Metropolitana</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Especiales Deportivos</li> <li>- Series Dobladas</li> <li>- Miniserias</li> <li>- Películas Extranjeras</li> </ul>	<p>El Público Es Por Igual, Masculino Que Femenino, De Nivel Socioeconómico B/C Equilibrándose En Horarios Matutinos Como Nocturnos.</p>
 <p>Canal 5 XHGC <b>En tus Cinco Sentidos</b> Cobertura Nacional D.F. y 82 plazas del interior</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Series Extranjeras</li> <li>- Deportes</li> <li>- Películas</li> <li>- Caricaturas</li> <li>- Especiales Internacionales</li> <li>- Noticias</li> <li>- Musicales</li> </ul>	<p>Público Principalmente Infantil De Ambos Sexos En Horario Vespertino Con Tendencia A Un Sector. Masculino En Su Programación Nocturna Y Totalmente Familiar Los Fines De Semana.</p>
 <p>Canal 9 XEQTV <b>La Televisión que te ve</b> Cobertura Seminacional D.F. y plazas del interior</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Programas Familiares En Español</li> <li>- Películas Mexicana</li> <li>- Novelas</li> <li>- Noticias</li> <li>- Barra De Cómicos</li> <li>- Educativos (Telesecundaria)</li> <li>- Programas De Controversia</li> <li>- Programas De Debate</li> </ul>	<p>El Público Es Femenino Y Masculino De Mediana Edad, Siendo Preponderantemente Femenino De Nivel Socioeconómico B/C Y Con Un Carisma Familiar Los Fines De Semana.</p>

FUENTE: IBOPE 1995<sup>20</sup>

Cuadro 1

<sup>20</sup> Proporcionado por Televisa Diciembre de 1995 Red Nacional de Televisión.

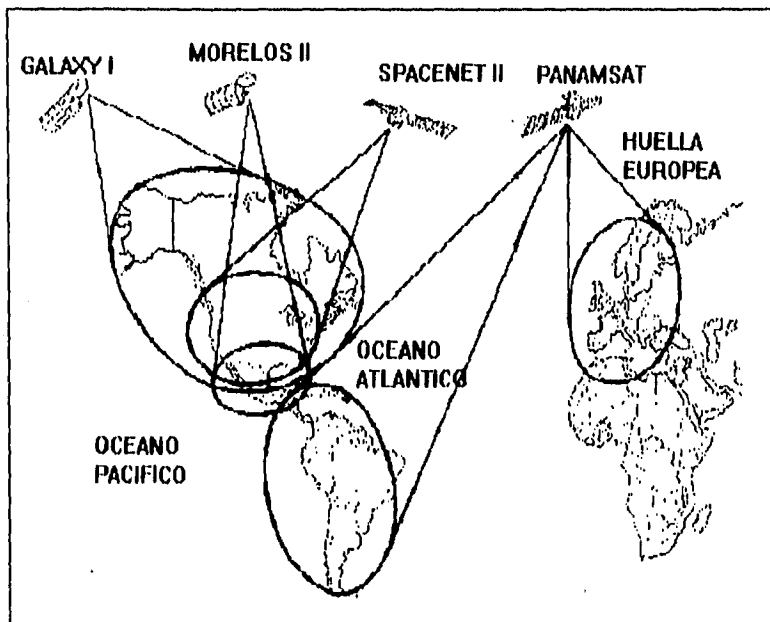


Figura 1  
Cobertura del Canal 2 a nivel nacional e internacional

MORELOS II

República Mexicana	El Salvador	Nicaragua
Belice	Guatemala	Panamá
Costa Rica	Honduras	Sur de Estados Unidos

SATÉLITE PANAMSAT  
HUELLA LATINOAMERICANA

Colombia	Bolivia	Paraguay
Ecuador	Chile	Venezuela
Perú		Uruguay
Brasil		Argentina

---

SATÉLITE GALAXY I  
GALAVISION E.U.A.

Señal del Oeste de los Estados Unidos

SATÉLITE SPACENET II  
GALAVISION E.U.A.


Señal del este de los Estados Unidos

Alaska	Estados Unidos de América	Puerto Rico
Canadá		República Dominicana

SATÉLITES PANAMSAT Y ASTRA I HUELLA DE EUROPA

Alemania	Dinamarca	Marruecos	Suiza
Argelia	Hungría	Noruega	Túnez
Austria	Inglaterra	Polonia	Turquía
Bélgica	Irlanda	Portugal	Unión Soviética
Checoslovaquia	Italia	Suecia	Yugoslavia

A continuación se muestra la segunda cadena en la República Mexicana que es Televisión Azteca con los canales 7 y 13, este ultimo cuenta con una cobertura similar a la cadena Nacional de canal 2, como se indica en el cuadro 2.

 <b>TV AZTECA</b>		
<b>CANAL</b>	<b>PROGRAMACION</b>	<b>PERFIL</b>
 Canal 13 XHDF <b>POR ENCIMA DE TODO</b> Red Nacional	<ul style="list-style-type: none"> <li>-BARRA DE TELENOVELAS</li> <li>-NOTICARIO</li> <li>-COMICOS</li> <li>-DE CONCURSOS</li> <li>-MUSICALES Y DEPORTIVOS</li> <li>-PELICULAS MEXICANAS Y EXTRANJERAS</li> <li>-POLEMICA Y DENUNCIA</li> <li>-CARICATURAS</li> </ul>	EL TELESPECTADOR ES DE TODAS LAS EDADES, SIN EMBARGO, PREDOMINAN MUJERES JOVENES DE NIVEL SOCIOECONOMICO A/B/C/D, ASI COMO SEGMENTOS DE NEGOCIOS ADEMAS DE PUBLICO INFANTIL Y JUVENIL
 Canal 7 XHMT Red Semir nacional	<ul style="list-style-type: none"> <li>-CARICATURAS</li> <li>-SERIES DOBLADAS</li> <li>-MINISERIES</li> <li>-PELICULAS EXTRANJERAS</li> <li>-VENTAS</li> <li>-TELENOVELAS</li> <li>-NOTICARIOS</li> </ul>	EL PUBLICO ES EN GENERAL JOVENES DE NIVEL SOCIOECONOMICO A/B/C/D/E TAMBIEN CUBRIENDO AL PUBLICO FEMENINO E INFANTIL, ASI COMO LOS FINES DE SEMANA ES UN CANAL FAMILIAR
<h2>COBERTURA</h2>		
<p><b>Canal 13 Ofrece Una Considerable Penetración En El Mercado</b></p> <p>90% Del Territorio Nacional            83% De La Población De México            95% Del Numero De Viviendas En Nuestro País            97% De Los Tv Hogares De Toda La República</p>		
<p><b>Canal 7 Ofrece Una Penetración En El Mercado Ligeramente Inferior</b></p> <p>67% Del Territorio Nacional            78% De La Población De México            77% Del Numero De Viviendas En Nuestro País            79% De Los Tv Hogares De Toda La República</p>		
		

Fuente Televisión Azteca<sup>21</sup>

Cuadro 2

<sup>21</sup> Libro de Ventas de Televisión Azteca 1995 proporcionado por TV AZTECA

Para tener el panorama completo de las Televisoras en México es necesario señalar que existen otras opciones como son los canales 11 y 22 que se encargan de difundir la cultura, de más reciente creación es el Canal 40 cuya programación esta constituida con noticias y reportajes a diferentes personalidades, como se puede apreciar en el Cuadro 3.

CANAL	PROGRAMACION	PERFIL
 <p>XHIPN Canal 11 El canal del Instituto politecnico Nacional D.F. y Area Metropolitana</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Educativos</li> <li>-Noticieros</li> <li>-Películas Extranjeras</li> <li>-Culturales</li> <li>-Infantiles</li> </ul>	<p>El Publico es de nivel socio economico BCD, entre los 18 y 59 años de edad, tanto hombres y mujeres.</p>
 <p>Canal 22 La Cultura tambien se ve Mexico D.F. y Area Metropolitana</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Educativos</li> <li>-Películas Extranjeras y Mexicanas</li> <li>-Culturales</li> <li>-Reportajes</li> <li>-Entrevistas</li> </ul>	<p>El Publico es de nivel socio economico ABC+, entre los 18 y 59 años de edad, tanto hombres y mujeres.</p>
 <p>CNI Canal 40 XHTVM La realidad en televisión Televisión abierta en la Cd. de Mexico y red nacional a traves de los sistemas de TV por cable.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Noticieros</li> <li>-Deportivos</li> <li>-Documentales</li> <li>-Películas Extranjeras</li> <li>-Polemica</li> <li>-Reportajes</li> </ul>	<p>El Publico es de nivel socio economico ABC+, entre los 18 y 59 años de edad, tanto hombres y mujeres.</p>

**Cuadro 3**

---

## **TELEVISORAS DEL INTERIOR DE LA REPÚBLICA**

Por medio de las televisoras del Interior de la República, Grupo Televisa transmite programación local y nacional a todo el país con los programas mas variados.

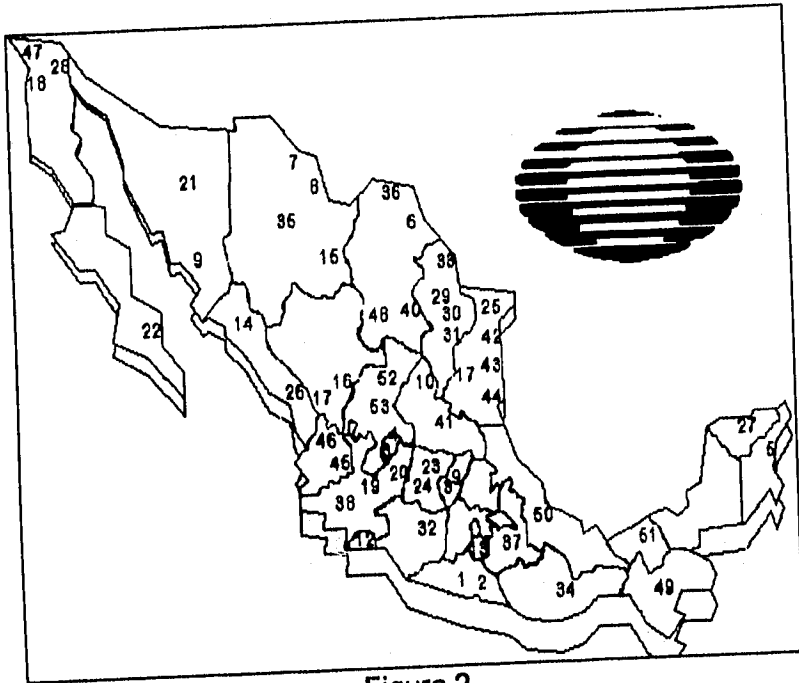
El sistema de televisión del Interior cuenta con 53 canales en la principales plazas de la República Mexicana.

La programación principal consiste en:

Telenovelas, Películas Nacionales y Extranjeras , Eventos deportivos y Musicales, Eventos Especiales, Producción propia de la estación (Noticieros, concursos, debates, deportes)

Los programas varían enlazándose en determinadas regiones del país.

A continuación se presenta un mapa en el que se indica la ubicación de las diferentes televisoras (Figura 2), Así mismo en el Cuadro 4 se detallan los datos sobresalientes de cada una de ellas.



**Figura 2**  
**Mapa con las diferentes estaciones locales en 1996**

# en el Mapa	Estación	Edo.	Cadena	Canal	Siglas	T.V. Hogares	Condición Local Frontera Matutina	Propiedad Propia o afiliada
1	Acapulco	Gro.	Canal 5	4	XHAL	244,424	Local	Propia
2	Acapulco	Gro.	Canal 9	12	XHACZ	162,210	Local	Propia
3	Agua Calientes	Ags.	Canal 9	2	XHAGU	149,106	Matutina	Propia
4	Agua Calientes	Ags.	Canal 5	13	XHAG	149,106	Local	Propia
5	Cancun	Q.R.		13	XHCCU	82,758	Local	Afiliada
6	Cd. Acuña	Coah.		58	XHCAW	12,061	Loc.	Propia
7	Cd. Juárez	Chih.		5	XEJ	206,499	Loc., Front	Afiliada
8	Cd. Juárez	Chih.		56	XHIUB	206,499	Loc. Front	Propia
9	Cd. Obregon	Son.		2	XHI	160,068	Loc.	Propia
10	Cd. Valles	S.L.P.		8	XHMSL	50,102	Local	Afiliada
11	Cd. Victoria	Tamps		7	XHVTU	57,388	Loc. Front	Afiliada
12	Colima	Col.	Canal 5	5	XHCC	75,070	Matutina	Afiliada
13	Cuernavaca	Mor.	Canal 5	8	XEX	118,385	Matutina	Propias
14	Culiacán	Sin.		3	XHQ	203,861	Local	Afiliada
15	Chihuahua	Chih.		9	XHALC	141,683	Local	Afiliada
16	Durango	Dgo.	Canal 5	10	XHA	102,307	Matutina	Afiliada
17	Durango	Dgo.		12	XHND	102,307	Local	Afiliada
18	Ensenada	B.C.		23	XHS	59,724	Local	Propia
19	Guadalajara	Jal.		4	XHG	1109,511	Local	Propia
20	Guadalajara	Jal.	Canal 5	9	XHGA	961,595	Matutina	Propia
21	Hermosillo	Son.		12	XHAK	103,105	Local	Propia
22	La Paz	B.C.S.		10	XHK	30,385	Local	Afiliada
23	León	Gto.		6	XHGG	295,717	Local	Afiliada
24	León	Gto.		10	XHL	637,210	Local	Propia
25	Matamoros	Tamps		7	XHAB	155,002	Loc. Front	Propia
26	Mazatlan	Sin.		7	XHMZ	126,627	Local	Afiliada
27	Mérida	Yuc.		2	XHY	262,613	Local	Propia
28	Mexicali	B.C.		3	XHEC	158,999	Loc. Front	Propia
29	Monterrey	N.L.		2	XEFB	677,081	Local	Propia
30	Monterrey	N.L.		12	XHAW	655,640	Local	Afiliada

Cuadro 4 A



# en el Mapa	Estación	Edo.	Cadena	Canal	Siglas	T.V. Hogares	Condición Local Frontera Matutina	Propiedad Propia o afiliada
31	Monterrey	N.L.		34	XHCN	701,380	Local	Propia
32	Morcia	Mich.		13	XHCB	287,629	Local	Propia
33	Nuevo Laredo	Tamps		2	XEFE	44,126	Loc. Front	Afiliada
34	Orizaba	Oax.		3	XHBO	163,660	Local	Afiliada
35	Parral	Chih.		13	XMH	21,611	Local	Afiliada
36	Piedras Negras	Coah.		3	XHPN	38,589	Loc. Front	Propia
37	Puebla	Pue.		3	XHP	628,665	Local	Propia
38	Puerto Vallarta	Jal.	Canal 5	4	XHPVE	53,575	Matutina	Propia
39	Querétaro	Qro.	Canal 5	5	XHZ	721,249	Matutina	Propia
40	Saltillo	Coah.		7	XHAD	112,498	Local	Afiliada
41	San Luis Potosí	S.L.P.		13	XHDE	164,776	Local	Afiliada
42	Tampico	Tamps		6	XHTAO	189,767	Local	Afiliada
43	Tampico	Tamps		7	XHGO	189,767	Local	Propia
44	Tampico	Tamps	Canal 5	9	XHFW	177,070	Matutina	Afiliada
45	Tepec	Nay.		2	XHKG	139,403	Local	Afiliada
46	Tepec	Nay.	Canal 5	5	XHIFL	126,821	Matutina	Propia
47	Tijuana	B.C.		12	XEWT	194,195	Loc. Front	Propia
48	Torreón	Coah.		9	XHDAH	232,945	Local	Afiliada
49	Tuxtla Gutiérrez	Chi.		5	XHDY	240,116	Local	Afiliada
50	Veracruz	Ver.		9	XHAI	1024,082	Local	Propia
51	Villahermosa	Tab.		9	XHIVL	335,966	Local	Afiliada
52	Zacatecas	Zac.	Canal 5	3	XHBQ	198,006	Local	Propia
53	Zacatecas	Zac.	Canal 9	13	XHZAT	190,806	Local	Propia

#### Cuadro 4 B

FUENTE: CUADERNOS DE INFORMACIÓN DE CADENAS GRUPO TELESISTEMA<sup>22</sup>

<sup>22</sup> Cuadernos de información de Cadenas Grupo Telesistema, Cuaderno 4, Televisoras Locales 1996, edición Marzo 18.96

## 4.2. PROGRAMACIÓN QUE EXISTE ACTUALMENTE EN LA TELEVISIÓN A NIVEL NACIONAL Y ÁREA METROPOLITANA

Antes que nada se incluye el Cuadro 5 que es un estudio realizado por Ibope- México dentro del Área Metropolitana en la Ciudad de México en los meses de marzo y abril de 1995, se determino el porcentaje de penetración de la televisión, así como de algunos medios alternativos a ella. La muestra que se utilizo para ese estudio fue de 4,508 hogares y esto fueron los resultados.

	TOTAL	ALTO	MEDIO	BAJO
Población	17,209,974	1,485,621	5,402,892	10,321,460
Hogares	3,531,700	319,266	1,096,946	2,115,488
Televisión	99,20%	100%	100%	98,60%
Televisión a Color	88,20%	98,50%	97,70%	82%
Televisión B/N	30,70%	23,50%	25,40%	34,50%
TV.. con control remoto	77,90%	97,90%	92,10%	67,50%
Cablevisión	7,80%	33,90%	11,60%	1,90%
Multivisión	11,70%	36,80%	19,60%	3,70%
Parabólica	0,50%	3,20%	0,40%	0,00%
Cablevisión y Multivisión	0,50%	2,90%	0,80%	0,00%
Cablevisión y Parabólica	0,10%	0,50%	0,00%	0,00%
Multivisión y Parabólica	0,20%	2,30%	0,00%	0,00%
Videocassetera	61,70%	93,70%	88,40%	44,10%
Videojuegos	19,70%	42,50%	27,50%	11,10%
Televisión por hogar	2	3,3	2,3	1,5

Fuente.- Ibope- México (Base 3,531,700 Hogares)<sup>23</sup>

Cuadro 5

<sup>23</sup> Media Flash . Publicado por McCANN ERICKSON, Octubre 1995, Numero 80.

Por medio de este cuadro nos podemos dar cuenta la importancia que ha adquirido la televisión en los últimos años, ya que se puede observar que en el 99.2% de las casas existe un televisor, cosa que no sucede con otros medios.

En este punto se señalaran las características que integran la programación a nivel Nacional y Área Metropolitana, como son la distribución de la Programación de cada canal (Ver Cuadro 6y Gráfica 1), y el número de horas de transmisión por canal a la semana (Ver Cuadro 7y Gráfica 2), así como el número de horas que se dedicaran a la semana a cada tipo de programa,(Ver Cuadro 8 Gráfica 3).

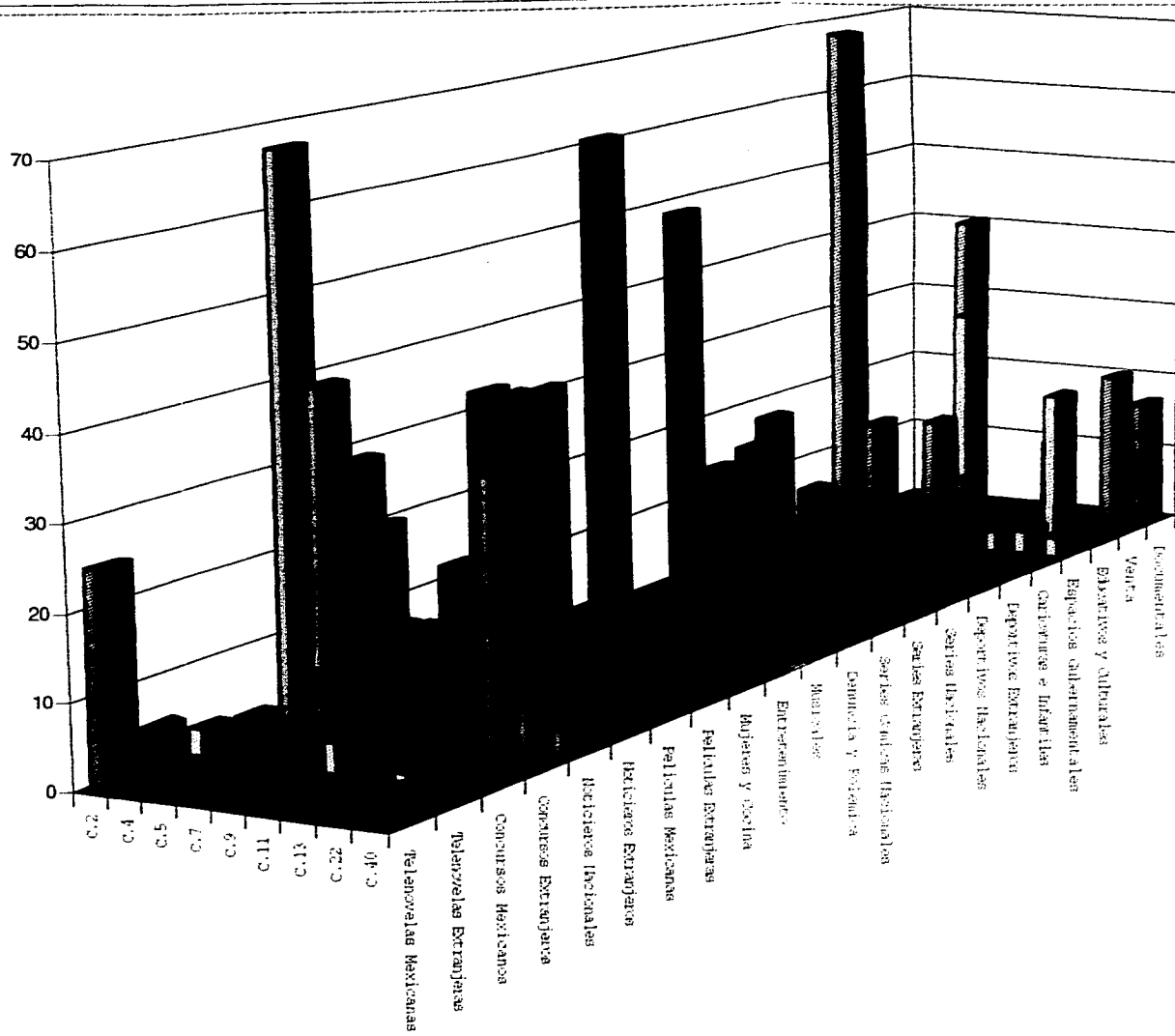
**Distribución de la Programación de cada canal  
(Horas por Semana)**

Programas	Canal 2	Canal 4	Canal 5	Canal 7	Canal 9
Telenovelas Mexicanas	25	0	0	0	0
Telenovelas Extranjeras	5	0	0	6	0
Concursos Mexicanos	3	0	0	0,5	3,5
Concursos Extranjeros	2 1/2	0	0	0	0
Noticieros Nacionales	87 1/2	40	2 1/2	12,5	5
Noticieros Extranjeros	0	0	0	5	6
Peliculas Mexicanas	20	0	0	0	37
Peliculas Extranjeras	0	14	35 1/2	21	0
Mujeres y Cocina	7 1/2	0	0	0	0
Entretenimiento	6 1/2	0	2 1/2	2,5	1
Musicales	17	0	0	0	7,5
Denuncia y Polemica	1	0	0	0	7
Serles Comicas Nacionales	0	0	0	0	12
Serles Extranjeras	0	50	17	11	1
Serles Nacionales	3,5	0	0	0	4
Deportivos Nacionales	5	16 1/2	1	11,5	11,5
Deportivos Extranjeros	0	4 1/2	0	0	0
Caricaturas e Infantiles	0	0	70	17,5	0
Espacios Gubernamentales	2 1/2	2 1/2	0	2,5	2,5
Educativos y Culturales	0	0	2 1/2	0	30
Venta	0	0	0	41,5	0
Documentales	0	0	0	0	0
<b>Total</b>	<b>166</b>	<b>126</b>	<b>131</b>	<b>131,5</b>	<b>128</b>

**Cuadro 6 A**

Programas	Canal 9	Canal 11	Canal 13	Canal 22	Canal 40
Telenovelas Mexicanas	0	0	2,5	0	0
Telenovelas Extranjeras	0	0	37,5	0	0
Concursos Mexicanos	3,5	3	1	0	0
Concursos Extranjeros	0	15	2,5	0	0
Noticieros Nacionales	5	0	31,5	5	3,75
Noticieros Extranjeros	6	0	0	0	69
Peliculas Mexicanas	37	38	6,5	4	0
Peliculas Extranjeras	0	0	10	10	4
Mujeres y Cocina	0	0	2,5	0	0
Entretenimiento	1	0	5	0	0
Musicales	7,5	3	1	0	8,5
Denuncia y Polemica	7	0	17	5	15
Series Comicas Nacionales	12	26	1	10	0
Series Extranjeras	1	2	0	0	0
Series Nacionales	4	0	0	0	0
Deportivos Nacionales	11,5	0	10,5	0	4
Deportivos Extranjeros	0	0	0	0	0
Caricaturas e Infantiles	0	18,5	11	0	0
Espacios Gubernamentales	2,5	2,5	2,5	3	2,5
Educativos y Culturales	30	0	0,5	20	0
Venta	0	0	7	0	0
Documentales	0	10	0	20	16,5
<b>Total</b>	<b>128</b>	<b>118</b>	<b>149,5</b>	<b>76,5</b>	<b>123,25</b>

**Cuadro 6 B**

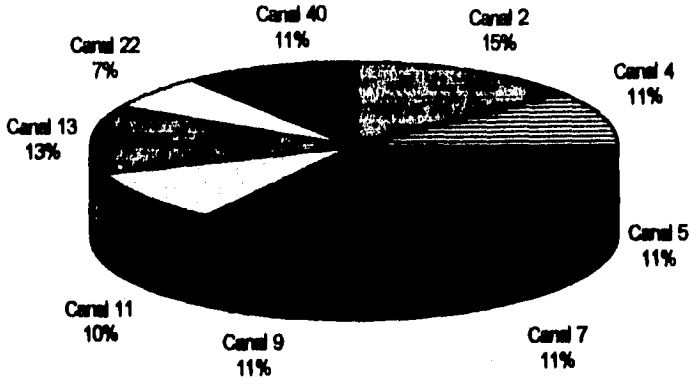


Programas	Canal 2	Canal 4	Canal 5	Canal 7
Total Horas de Transmisión	168	128	131	131,5

Programas	Canal 9	Canal 11	Canal 13	Canal 22	Canal 40
Total Horas de Transmisión	128	118	149,5	76,5	123,25

Cuadro 7

**Numero de Horas de Transmision por canal a la Semana**

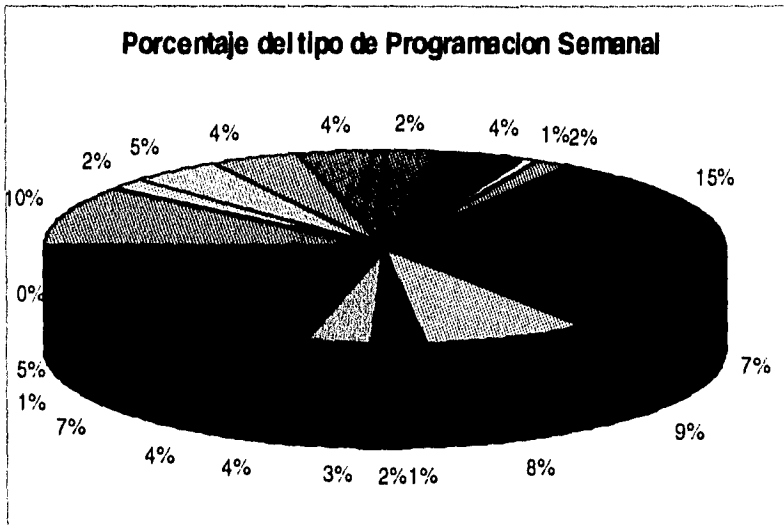


Gráfica 2

## TIPO DE PROGRAMACIÓN SEMANAL EN PORCENTAJES

Programas	Total # de Horas a la Semana	Porcentaje
Telenovelas Mexicanas	27,5	2%
Telenovelas Extranjeras	48,5	4%
Concursos Mexicanos	11	1%
Concursos Extranjeros	20	2%
Noticieros Nacionales	167 3/4	15%
Noticieros Extranjeros	80	7%
Peliculas Mexicanas	105,5	9%
Peliculas Extranjeras	94,5	8%
Mujeres y Cocina	10	1%
Entretenimiento	19,5	2%
Musicales	37	3%
Denuncia y Polemica	45	4%
Series Comicas Nacionales	49	4%
Series Extranjeras	81	7%
Series Nacionales	7,5	1%
Deportivos Nacionales	60	5%
Deportivos Extranjeros	4,5	0%
Caricaturas e Infantiles	117	10%
Espacios Gubernamentales	20	2%
Educativos y Culturales	53	5%
Venta	48,5	4%
Documentales	46,5	4%

**Cuadro 8**



- |                             |                            |
|-----------------------------|----------------------------|
| ■ Telenovelas Mexicanas     | ■ Telenovelas Extranjeras  |
| □ Concursos Mexicanos       | □ Concursos Extranjeros    |
| ■ Noticieros Nacionales     | ■ Noticieros Extranjeros   |
| ■ Peliculas Mexicanas       | □ Peliculas Extranjeras    |
| ■ Mujeres y Cocina          | ■ Entretenimiento          |
| ■ Musicales                 | ■ Denuncia y Polemica      |
| ■ Series Comicas Nacionales | ■ Series Extranjeras       |
| ■ Series Nacionales         | ■ Deportivos Nacionales    |
| ■ Deportivos Extranjeros    | ■ Caricaturas e Infantiles |
| □ Espacios Gubernamentales  | □ Educativos y Culturales  |
| ■ Venta                     | ■ Documentales             |

**Gráfica 3**



---

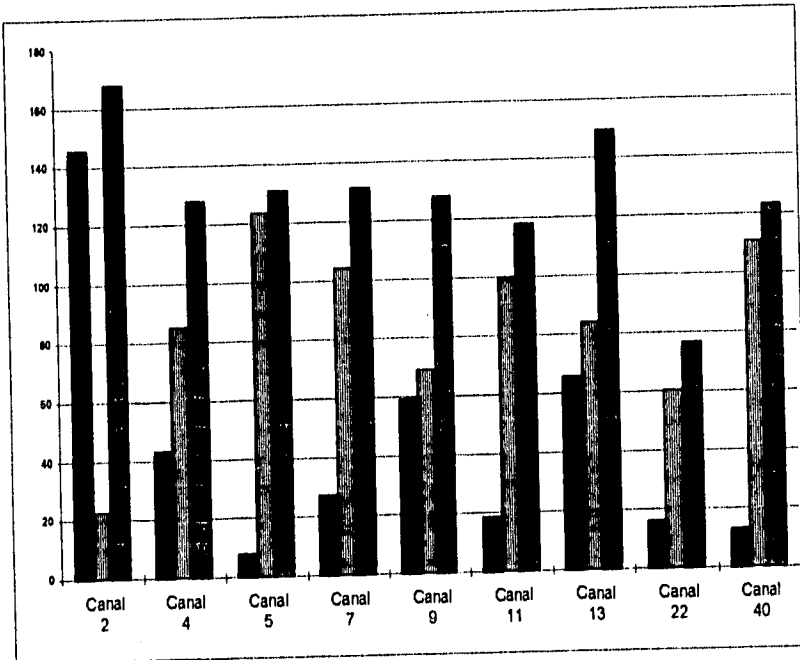
**4.3. COMPARACIÓN DE LOS PROGRAMAS (HORAS A LA SEMANA) QUE SE PRODUCEN CON LOS QUE SE REPITEN.**

**4.3.1. A NIVEL NACIONAL Y ÁREA METROPOLITANA**

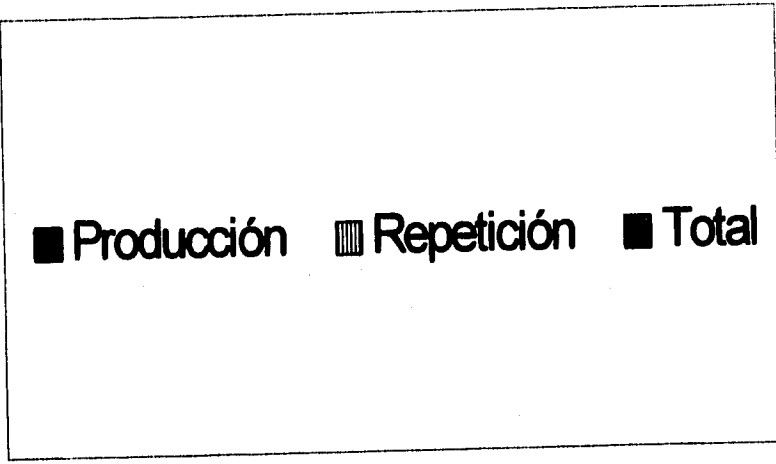
Programas	Canal 2	Canal 4	Canal 5	Canal 7
Producción	145.5	43	7.5	27
Repetición	22.5	85	123.5	104.5
Total	168	128	131	131.5

Programas	Canal 9	Canal 11	Canal 13	Canal 22	Canal 40
Producción	59	18.5	65.5	16	12.75
Repetición	69	99.5	84	60.5	110.5
Total	128	118	149.5	76.5	123.25

**Cuadro 9**



**Gráfica 4**

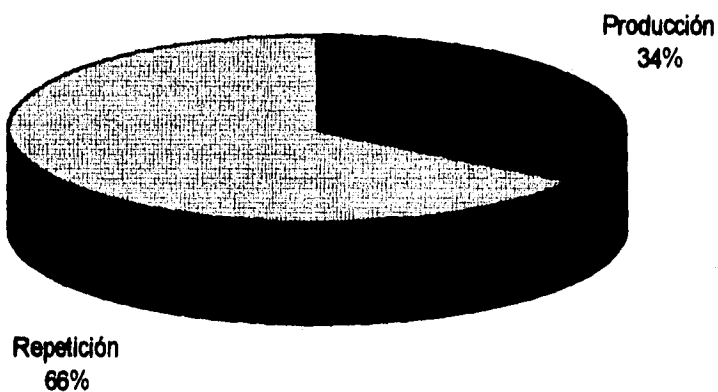


---

**Total de Horas Repetidas contra Horas  
Producidas a la semana  
en el D.F. y Área Metropolitana.**

	TOTAL
Producción	394,75
Repetición	759
Total	1153,75

**Cuadro 10**



**Gráfica 5**

### 4.3.2. TELEVISORAS LOCALES

	Canal 4 Acapulco	Canal 12 Acapulco	Canal 2 Ags.	Canal 13 Ags.	Canal 13 Cancun
Repetición	60	110	99,5	70	81,5
Producción	0	7,5	4	0	2,5
TOTAL	60	117,5	103,5	70	84
	Canal 58 Cd. Acaña,	Canal 5 Cd. Juarez	Canal 58 Cd. Juarez	Canal 2 Cd. Obregon	Canal 8 Cd. Valles
Repetición	89,5	126	104,5	105,5	106
Producción	44	42	24	36,5	10
TOTAL	133,5	168	128,5	142	116
	Canal 7 Cd. Victoria	Canal 5 Colima	Canal 8 Cuernavaca	Canal 3 Cullacan	Canal 9 Chihuahua
Repetición	92,5	78	86,5	89,5	107,5
Producción	25,5	9,5	0	17,5	4,5
TOTAL	118	87,5	86,5	107	112
	Canal 10 Durango	Canal 12 Durango	Canal 23 Ensenada	Canal 4 Guadalajara	Canal 9 Guadalajara
Repetición	94	74	70,5	83,5	100,5
Producción	18,75	40	10,5	52	16
TOTAL	112,75	114	81	135,5	116,5
	Canal 12 Hermosillo	Canal 10 La Paz	Canal 6 Leon	Canal 10 Leon	Canal 7 Matamoros
Repetición	98	115	96,5	76,5	84,5
Producción	32,5	10	12,5	42,75	41
TOTAL	130,5	125	109	119,3	125,5

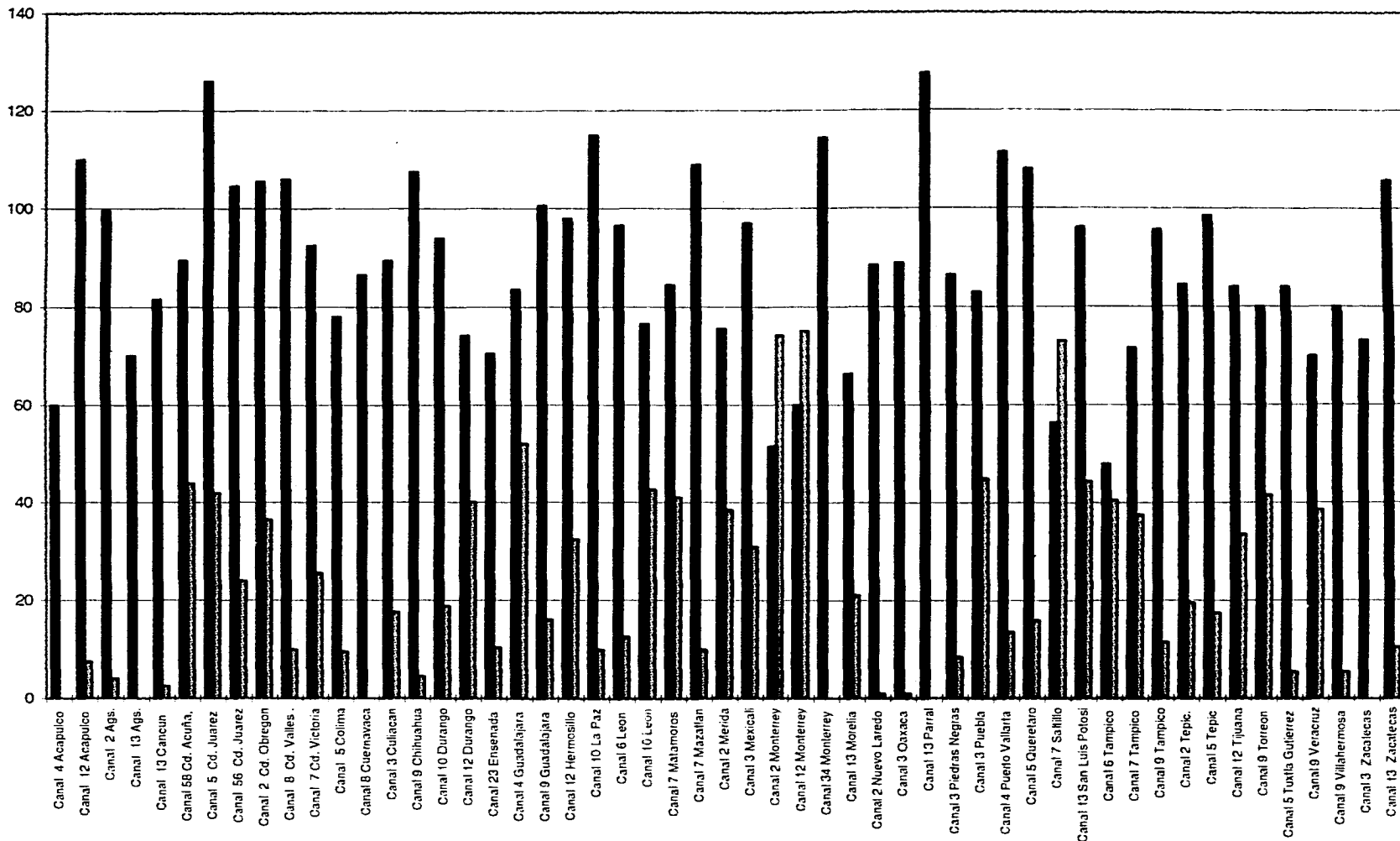
Cuadro 11 A

	Canal 7 Mazatlan	Canal 2 Merida	Canal 3 Mexicali	Canal 2 Monterrey	Canal 12 Monterrey
Repetición	109	75,5	97	51,5	60
Producción	10	38,5	31	74	75
TOTAL	119	114	128	125,5	135
	Canal 34 Monterrey	Canal 13 Morelia	Canal 2 Nuevo Laredo	Canal 3 Oaxaca	Canal 13 Parral
Repetición	114,5	66,5	88,5	89	127,5
Producción	0	21	1	1	0
TOTAL	114,5	87,5	89,5	90	127,5
	Canal 3 Piedras Negras	Canal 3 Puebla	Canal 4 Puerto Vallarta	Canal 5 Queretaro	Canal 7 Saltillo
Repetición	86,5	83	111,5	108	56,5
Producción	8,5	45	13,5	16	73
TOTAL	95	128	125	124	129,5
	Canal 13 San Luis Potosi	Canal 6 Tampico	Canal 7 Tampico	Canal 9 Tampico	Canal 2 Tepic
Repetición	96	48	71,5	95,5	84,5
Producción	44,5	40,5	37,5	11,5	19,5
TOTAL	140,5	88,5	109	107	104
	Canal 5 Tepic	Canal 12 Tijuana	Canal 9 Torreon	Canal 5 Tuxtla Gutierrez	Canal 9 Veracruz
Repetición	98,5	84	80	84	70
Producción	17,5	33,5	41,5	5,5	38,5
TOTAL	116	117,5	121,5	89,5	108,5
	Canal 9 Villahermosa	Canal 3 Zacatecas	Canal 13 Zacatecas	TOTAL	
Repetición	80	73	105,5	4694,5	
Producción	5,5	0	10,5	1217	
TOTAL	85,5	73	116	5911,5	

**Cuadro 11 B**

## Comparación Horas Produccion Vs. Horas Repetidas

Repetición  
 Producción

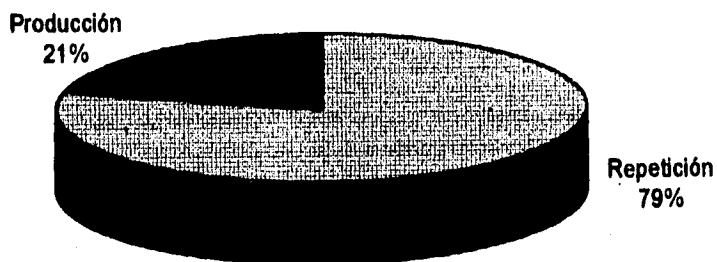


---

## Horas Repetidas Contra Horas Producidas en Provincia

	TOTAL
Repetición	4694,5
Producción	1217
Total	5911,5

Cuadro 12



Gráfica 7

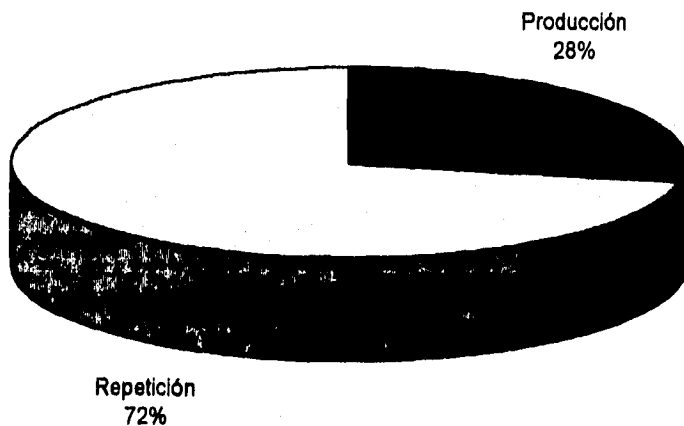
---

### 4.3.3. COMPARACIÓN TOTAL DE PRODUCCIÓN Y REPETICIÓN.

El escenario completo en cuanto a producción de programas y a repeticiones nos muestra que hay una gran preponderancia hacia el segundo aspecto y hasta el momento se ha minimizado la producción como se presenta en el Cuadro 12 y Gráfica # 8.

	Total provincia	Total D.F. y area metropolitana	Total
Producción	1217	759	1976
Repetición	4694,5	349,75	5089
Total	5911,5	1153,75	7065

Cuadro 13



Gráfica 8



---

Para la conformación de la información presentada, en los estadísticos anteriores se obtuvo de:

1.- Canales 2, 4, 5, y 9 (Fuente.- Programación semanal publicada por Televisa correspondiente del 8 al 14 de abril de 1996).

2.- Canales 7 y 13 (Fuente.- Programación semanal publicada por Televisión Azteca correspondiente a la Semana 8, Febrero 1996.)

3.- Canales 11 y 22 (Fuente.- Periódico "El Universal" Semana correspondiente del 8 al 14 de abril de 1996).

4.- Canal 40 (Fuente.- "Programación 22" semanal publicada por CNI Canal 40 correspondiente a la semana 9/96 del 26 de Febrero al 3 de Marzo de 1996).

5.- Televisoras de Provincia.- (Fuente.- "Programaciones Televisoras del Interior de la República" publicada por Televisa correspondiente al Mes de Febrero de 1996).

## 4.4. PLANES Y TARIFAS DE LAS DIFERENTES TELEVISORAS

Es importante para poder analizar la competitividad en México, conocer las tarifas que presenta cada cadena, y observar los diferentes planes que ofrecen.



TARIFAS EN VIGOR A PARTIR  
DEL 1ro DE MAYO 1994

### ANUNCIOS DENTRO DE PROGRAMAS

CLASE	DURACION	CANAL 2	CANAL 4	CANAL 5	CANAL 9
AAA	60"	495000	39000	345000	87000
19:00 HRS	40"	330000	26000	230000	58000
24:00 HRS	30"	247500	19500	172500	43500
	20"	165000	13000	115000	29000
AA	60"		30000	255000	66000
17:00 HRS	40"		20000	170000	44000
19:00 HRS	30"		15000	127500	33000
	20"		10000	85000	22000
A	60"	243000	21000	174000	45600
24:00 HRS	40"	162000	14000	116000	30400
17:00 HRS	30"	121500	10500	87000	22800
	20"	81000	7000	58000	15200

### ANUNCIOS EN CORTE DE ESTACION (BREAK)

AAA	60"	423000	33000	294000	75000
19:00 HRS	40"	282000	22000	196000	50000
24:00 HRS	30"	211500	16500	147000	37500
	20"	141000	11000	98000	25000
AA	60"		25500	210000	57000
17:00 HRS	40"		17000	140000	38000
19:00 HRS	30"		12750	105000	28500
	20"		8500	70000	19000
A	60"	213000	18000	144000	39000
24:00 HRS	40"	142000	12000	96000	26000
17:00 HRS	30"	106500	9000	72000	19500
	20"	71000	6000	48000	13000

### TARIFAS ESPECIALES

NOTICIERO 24 HORAS CANAL 2		PERMANENCIA VOLUNTARIA CANAL 5 PAQ 3 SPOTS		MUCHAS NOTICIAS CANAL 9	
60"	591000	60"	591000	60"	231000
40"	394000	40"	394000	40"	154000
30"	295500	30"	295500	30"	115500
20"	197000	20"	197000	20"	77000

Fuente: Tarifas publicadas por Televisa, Abril 1994.

Cuadro 14



**TARIFAS MARZO 1995**

**ANUNCIOS DENTRO DE PROGRAMAS**

CLASE	DURACION	CANAL 2	CANAL 4	CANAL 5	CANAL 9
AAA					
19:00 HRS.	60"	669,000	52800	465900	117300
24:00 HRS	40"	446,000	35200	310600	78200
	30"	334,500	26400	232950	58650
	20"	223,000	17600	155300	39100
AA					
17:00 HRS.	60"		40500	344400	89100
19:00 HRS	40"		27000	229600	59400
	30"		20250	172200	44550
	20"		13500	114800	29700
A					
24:00 HRS	60"	328200	28500	234900	61500
17:00 HRS	40"	218800	19000	156800	41000
	30"	164100	14250	117450	30750
	20"	109400	9500	78300	20500

**ANUNCIOS EN CORTE DE ESTACION (BREAK)**

AAA					
19:00 HRS.	60"	571200	44500	396900	101400
24:00 HRS	40"	380800	29700	264600	67600
	30"	285600	22275	198450	50700
	20"	190400	14850	132300	33800
AA					
17:00 HRS.	40"		23000	189000	51400
19:00 HRS	30"		17250	141750	38550
	20"		11500	94500	25700
A					
24:00 HRS	60"	287700	24300	194400	52800
17:00 HRS	40"	191800	16200	129600	35200
	30"	143850	12150	97200	26400
	20"	95900	8100	64800	17600

**TARIFAS ESPECIALES**

'NOTICIERO 24 HORAS CANAL 2		PERMANENCIA VOLUNTARIA CANAL 5 PAQ 3 SPOTS		MUCHAS NOTICIAS CANAL 9	
60"	798000	60"	798000	80"	312000
40"	532000	40"	532000	40"	208000
30"	399000	30"	399000	30"	156000
20"	266000	20"	266000	20"	104000

Fuente: Tarifas publicadas por Televisa , Febrero 1995.

**Cuadro 15**



## TARIFAS ABRIL 96

### ANUNCIOS DENTRO DE PROGRAMAS

CLASE	DURACION	CANAL 2	CANAL 4	CANAL 5	CANAL 9
AAA	60"	1206000	96000	840000	210000
19:00 HRS.	40"	804000	64000	560000	140000
24:00 HRS	30"	603000	48000	420000	105000
	20"	402000	32000	280000	70000
AA	60"		72000	618000	162000
17:00 HRS.	40"		48000	412000	108000
19:00 HRS	30"		36000	309000	81000
	20"		24000	206000	54000
A	60"	591000	51000	423000	111000
24:00 HRS	40"	394000	34000	282000	74000
17:00 HRS	30"	295500	25500	211500	55500
	20"	197000	17000	141000	37000

### ANUNCIOS EN CORTE DE ESTACIÓN (BREAK)

AAA	60"	1029000	80400	714000	183000
19:00 HRS.	40"	686000	53600	476000	122000
24:00 HRS	30"	514500	40200	357000	91500
	20"	343000	26800	238000	61000
AA	60"		62100	510300	138000
17:00 HRS.	40"		41400	340200	92000
19:00 HRS	30"		31050	255150	69000
	20"		20700	170100	46000
A	60"	516000	45000	348000	96000
24:00 HRS	40"	344000	30000	232000	64000
17:00 HRS	30"	258000	22500	174000	48000
	20"	172000	15000	116000	32000

### TARIFAS ESPECIALES

'NOTICIERO 24 HORAS CANAL 2		PERMANENCIA VOLUNTARIA CANAL 5 PAQ 3 SPOTS		MUCHAS NOTICIAS CANAL 9	
60"	1206000	60"	1440000	60"	561000
40"	804000	40"	960000	40"	374000
30"	603000	30"	720000	30"	280500
20"	402000	20"	480000	20"	187000

Fuente: Leo Burnett México, Marzo 1996

Cuadro 16

---

Acabamos de observar las 3 tarifas que se manejan actualmente en Televisa, se incluyeron las 3 ya que los clientes que compraron el Plan Estrella, o Plan Francés el año pasado, estarán sujetos a las tarifas anteriores. La Tarifa de 1996 presenta un incremento del 80%, y serán aplicadas en las negociaciones posteriores al 31 de Marzo y Plan Francés 97.

A continuación se explican los 2 diferentes planes con que cuenta Televisa:

**Plan Francés:** Consiste en un pago por anticipado de la inversión publicitaria de los clientes, con una bonificación correspondiente en los canales 4, 5, y 9, respetando durante un año las tarifas vigentes en el momento de la contratación.

**Plan Estrella:** Consiste en un pago por anticipado de la inversión publicitaria de los clientes, con una bonificación correspondiente en los canales 2, 4, 5 y 9 respetando durante un año las tarifas vigentes en el momento de la contratación. La única condición extra respecto al plan anterior es que el cliente tiene que invertir el doble de dinero de lo que invirtió el año anterior.

Para explicar el Plan Estrella se Presenta el Cuadro siguiente:

**Televisa Condiciones para el Plan de las Estrellas 1996  
(Plan Francés Multimédios)**

Plan	Inversión Hipotética 1995	Inversión 1996	Fecha de pago	% In- cr	% Bonific acion	Fecha Tar.	% Incr. Vs Tar. Ant.	Tar. Bruta 60' C- AAA C-2	Tarifa Real Factura	Tot # Min.	% Dif Plan Vs. Plan.
A)	100,000,000	200,000,000	31-oct-95	100%	400%	may-94	15%	495000	99000	2020	
B)	100,000,000	120,000,000	31-oct-95	20%	200 % *	mar-95	35%	669000	223000	538	-73%
Total 3		50,000,000	29-feb-96	50%	300 % *	mar-95		869000	167250	1018	-50%
pagos no		30,000,000	30-abr-96	30%	400% *	mar-95		669000	133800	1495	-26%
obligatorios		200,000,000		100%							
(*) Bonificación retroactiva al total de la inversión											
C)	100,000,000	100,000,000	31-oct-95	0%	300%	mar-95		Sin derecho a spotee en canal 2			

Fuente: Media Flash<sup>24</sup>  
Cuadro 17

<sup>24</sup> Media Flash. Publicado por McCANN- ERICKSON, Departamento de Medios, Numero 80, Octubre 1995.



	10"	15"	20"	30"	40"	60"
ESPECIALES	24900	29880	36520	49800	73040	109560
HECHOS	24900	29880	36520	49800	73040	109560
DEPORTV	24900	29880	36520	49800	73040	109560
DEPORTES	12450	14940	18260	24900	36520	54780
SOCCER	15563	18675	22825	31125	45650	68475
A PRIMERA HORA	8342	10010	12234	16683	24468	36703
HECHOS TARDE						
ESTELAR AAA (Lun- Vie /18:00- 24:00) (Sab-Dom /18:00- 24:00)	12450	14940	18260	24900	36520	54780
NOCHE AA (Lun- Vie /17:00- 19:00) (Sab-Dom /16:00- 18:00)	11205	13446	16434	22410	32868	49302
TARDE A (Lun- Vie /14:00- 17:00) (Sab-Dom /12:00- 16:00)	8342	10010	12234	16683	24468	36703
MAÑANA B (Lun- Vie / 7:00- 14:00) (Sab-Dom / 8:00- 12:00)	5603	6723	8217	11205	16434	24651
MADRUGADA C (Lun- Vie / 24:00- 7:00) (Sab-Dom / 24:00- 8:00)	3113	3735	4565	6225	9130	13695

Fuente: Tarifas Diciembre de 1995 publicadas por Televisión Azteca  
Cuadro 18

Esta televisora no cuenta en este momento con ningún plan, sin embargo se puede apreciar que es la única cadena que maneja "spots" comerciales de 10" y 15" dándole al cliente otras opciones.



### CARRIER TARIFAS EN VIGOR MARZO 1995

Canal	Clase	Horario	20"	30"	40"	60"
11	XHIPN C-11	AAA 19:00- 24:00	12360	18600		37200
		AA 13:30 -19:00	8680	13020		26040
		AA 00:00 - 01:00	8680	13020		26040
		A 07:00 - 13:30	4960	7440		14080

### BREAK TARIFAS EN VIGOR MARZO 1995

11	XHIPN C-11	AAA 19:00- 24:00	PATROCINIO DE PROGRAMAS
		AA 13:30 -19:00	PATROCINIO DE PROGRAMAS
		AA 00:00 - 01:00	PATROCINIO DE PROGRAMAS
		A 07:00 - 13:30	PATROCINIO DE PROGRAMAS

### CARRIER TARIFAS EN VIGOR MARZO 1994

Canal	Clase	Horario	20"	30"	40"	60"
22	XEIMT C-22	AAA 19:01- 24:00	5400	8100	12100	18000
		AA 17:01 -19:00	3900	5900	8700	13000
		A 00:01 - 17:00	2500	3700	5400	81000

### BREAK TARIFAS EN VIGOR MARZO 1994

22	XEIMT C-22	AAA 19:01- 24:00	4600	6800	10000	15200
		AA 17:01 -19:00	3500	5200	7700	11400
		A 00:01 - 17:00	2200	3300	4900	7200

Fuente: "Tarifario Vyasa" 2/95 Edición N° 13 Abril 1995  
Cuadro 19





	Horario	10"	20"	30"	40"	60"
AAA	18.00 a 00:30	10000	20000	30000	40000	60000
AA	07.00 a 10.00	70000	14000	21000	28000	42000
AA	13.00 a 16.00	70000	14000	21000	28000	42000
A	0.30 a 7.00	4330	8670	13000	17330	26000

Programas de opinión y eventos especiales 20% adicional a la tarifa.

### Paquetes Comerciales

Paquete	Inversión	Bonificación
I	\$150 mil a 300 mil	100%
II	\$301 mil a 600 mil	200%
III	\$601 mil a 900 mil	300%
CIP	mas de 1,000,000	500%

#### Condiciones de Pago

I Pago por anticipado del 40 y 60% contra pauta.

II Pago por anticipado del 40 y 60% contra pauta.

III Pago por anticipado del 40 y 60% contra pauta.

CPI Pago por anticipado del 100%.

### PATROCINIOS

### BENEFICIOS

Duración del programa	Tiempo Comercial	No. da Patrocinadores	Costo por Patrocinador
30 min	2 min	2	1 min
60 min	6 min	3	2 min
120 min	12 min	4	3 min

& Exclusividad por categoría de prod.

& Crédito de Entrada y Salida de

5 segundos respectivamente.

& Presencia en el estudio \*\*

& Superimposiciones

& Costo por patrocinador: El costo por minuto depende del horario seleccionado para su transmisión (AAA, AA y A) según tarifas vigentes.

\*\* No aplica en Barra de Telenoticias

Fuente: CNI Canal 40 Tarifas 1996.

Cuadro 20

## Televisoras de Provincia

Cada uno de los canales tiene su propia tarifa, de acuerdo a la cobertura de la plaza.

Canal	Tarifa "AAA" 60" de 19:00 a 24:00	Tarifa "AA" 60" de 17:00 a 19:00	Tarifa "A" 60" de 24:00 a 17:00	Canal	Tarifa "AAA" 60" de 19:00 a 24:00	Tarifa "AA" 60" de 17:00 a 19:00	Tarifa "A" 60" de 24:00 a 17:00
Canal 4				Canal 3			
Acapulco	1404	912	612	Mexicali	5514	3030	1734
Canal 12				Canal 2			
Acapulco	1404	912	612	Monterrey	14058	9846	6330
Canal 2				Canal 12			
Ags.	816	816	702	Monterrey	14058	9846	6330
Canal 13				Canal 34			
Ags.	1740			Monterrey	7029	4923	3165
Canal 13				Canal 13			
Cancun	1500	876	546	Morelia	2106	1110	780
Canal 58				Canal 2			
Cd. Acuña,	264	168	114	Nuevo			
Canal 56				Laredo	1566	810	672
Cd. Juarez	2880	2010	2010	Canal 3			
Canal 2				Oaxaca	2124	1020	672
Cd. Obregon	3258	1524	954	Canal 13			
Canal 8				Parral	1566	810	672
Cd. Valles	798	600	402	Canal 3			
Canal 7 Cd.				Piedras			
Victoria	1758	1326	894	Negras	1260	756	480
Canal 5				Canal 3			
Colima	1026	756	462	Puebla	5262	3450	2574
Canal 8				Canal 4			
Cuernavaca	1008	684	468	Puerto			
Canal 3				Vallarta	1818	462	462
Culiacan	2700	1410	816	Canal 5			
Canal 9				Queretaro	8634	7350	4410
Chihuahua	2652	1374	786	Canal 7			
				Saltillo	2424	1476	1062
				Canal 13			
				San Luis			
				Potosi	2118	1020	654

Fuente: Tarifas nacionales, locales y bloqueos. Grupo  
Telesistema 1996  
Cuadro 21

Canal	Tarifa "AAA" 60° de 19.00 a 24.00	Tarifa "AA" 60° de 17.00 a 19.00	Tarifa "A" 60° de 24.00 a 17.00	Canal	Tarifa "AAA" 60° de 19.00 a 24.00	Tarifa "AA" 60° de 17.00 a 19.00	Tarifa "A" 60° de 24.00 a 17.00
Canal 10 Durango			130	Canal 6 Tampico	1416	756	540
Canal 12 Durango	1218	960	630	Canal 7 Tampico	2568	1344	960
Canal 23 Ensenada	170	100	100	Canal 9 Tampico	2124		792
Canal 4 Guadalajara	17892	12534	8058	Canal 2 Tepic.	1584	780	654
Canal 9 Guadalajara	17892	12534	8058	Canal 5 Tepic	2376		990
Canal 12 Hermosillo	2400	1464	1056	Canal 12 Tijuana	2100	1320	720
Canal 10 La Paz	1074	924	924	Canal 9 Torreon	2652	1374	972
Canal 6 Leon	7662	5010	3966	Canal 5 Tuxtla Gutierrez	2106	1056	654
Canal 10 Leon	11670	7626	6042	Canal 9 Veracruz	13632	9528	6636
Canal 7 Matamoros	2124	1596	1062	Canal 9 Villahermosa	4548	2304	1146
Canal 7 Mazatlan	1920	1020	900	Canal 3 Zacatecas	1740		
Canal 2 Merida	1860	1126	832	Canal 13 Zacatecas		912	462
Canal 2 Merida	1860	1126	832	Canal 13 Zacatecas		912	462

Fuente: Tarifas nacionales, locales y bloqueos. Grupo  
Telesistema 1996  
Cuadro 22

---

**CAPITULO V**

**NECESIDADES  
DE CAMBIO  
EN LAS  
EMPRESAS  
TELEVISORAS**

---

---

## 5.1. METODOLOGÍA

"Es el estudio que enseña a adquirir o descubrir nuevos conocimientos. Es fácil dejarnos llevar de impresiones o emociones al tomar una decisión grave en la vida, la metodología nos ayuda a precavemos de los resultados del antiguo adagio: el mundo es del color del cristal con que se mira"<sup>25</sup>

Este trabajo se apego en una serie de pasos que permitirán sustentar los datos obtenidos y las opiniones resultantes de su análisis, dichos pasos se mencionan a continuación:

### 5.1.1. IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

Las televisoras han abusado de las repeticiones y programas extranjeros dentro de sus transmisiones, ya que esto no implica costos adicionales, lo que ha generado un círculo en el que los clientes no quieren anunciarse porque este tipo de programas tienen poca audiencia, y las televisoras al tener pocos clientes prefieren seguir con esta mecánica de operación que producir programas, que los llevaría a romper este ciclo. Como se puede observar en la figura 1.

---

<sup>25</sup> Pardinás Felipe, *Metodología y Técnicas de Investigación en Ciencias Sociales*, Bogotá Colombia, 1980, pg. 9

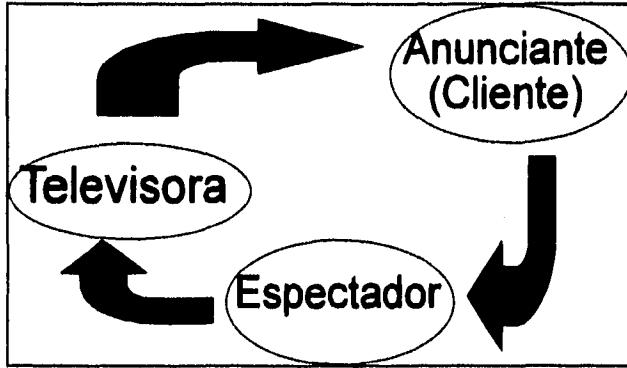


Figura 1

### 5.1.2. JUSTIFICACIÓN

La realización de este estudio es con el objeto de identificar alternativas que lleven a beneficiar a los anunciantes, a los espectadores, y a las empresas televisoras, creando así empleos para Interpretes, casa productoras, técnicos, escritores, músicos, etc. , así como para las televisoras crear mejores "raitings" en sus canales así como traer divisas al país con la exportación de material de interés para el extranjero.

---

### **5.1.3. DETERMINACIÓN DEL TIPO DE INVESTIGACIÓN**

Se aplico la investigación documental basada en el Marco teórico, que implica la bibliografía utilizada en la tesis. También se llevo a cabo la investigación de campo al recurrir a las fuentes directas en las que se obtuvo la información con personas especializadas en el tema.

### **5.1.4. OBJETIVO**

Dar a conocer a las personas involucradas, nuevas alternativas y formas de pensar vigentes para lograr el cambio, que permita la creación de empleos para Interpretes, casas productoras, técnicos, escritores, músicos.

### **5.1.5. HIPÓTESIS**

Las televisoras al producir mas programas, con la correcta aplicación de la ley de derecho de autor., obtendrán mayores ventajas competitivas, generaran empleos, así como beneficios a ellas misma, clientes y espectadores

---

### **5.1.6. VARIABLES**

**Independiente.**- La aplicación de la propuesta de producir en vez de repetir

**Dependientes.**- Mayores ventajas competitivas, generaran empleos a casa productoras, interpretes, escritores, técnicos, músicos, beneficios a clientes, espectadores y televisoras.

## **5.2. RESULTADOS : ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN OBTENIDA.**

La estadística obtenida nos refleja varias situaciones importantes, dentro de las que destacan las siguientes:

### **A.- De la Programación**

1.- Del total de horas de transmisión por canal a la semana el canal 2 representa el 15% siguiendo el canal 13 con 13%, nacional.

2.- Aun cuando parece que dentro de las Telenovelas Mexicanas y Extranjeras, las primeras tienen preponderancia, la verdad es que solo representan un 2% y las extranjeras el 4% y entre las 2 apenas representan un 6% de la programación nacional.



---

3.- El 39% de la programación corresponde a los conceptos de películas y series mexicanas y extranjeras, caricaturas y venta, los cuales saltan a la vista como repeticiones.

4.- El 22% de la programación lo ocupan los noticieros tanto nacionales (15%) como los extranjeros (7%), con la salvedad de que los noticieros nacionales, aunque sean producciones y no repeticiones, son de interés parcial para el espectador, debido a que 247 horas con 45 minutos a la semana, son demasiadas, sin que ocurran hechos diferentes cada lapso en que son transmitidos. Solamente generan un mínimo de empleos.

5.- El canal 2 es el único canal nacional que produce más de lo que repite, y como se observó es el de mayor cobertura nacional e internacional, así como el de mayor audiencia.

6.- El total de producción en el Distrito Federal y Área Metropolitana es de 394 horas con 45 minutos a la semana (34%), y la repetición es de 759 horas (66%), lo que hace un total de 1,153 horas con 45 minutos a la semana. Esto ya nos da una clara idea, de la superioridad en las repeticiones.

---

---

7.- De las 53 Televisoras del Interior de la República solo 3 producen más de lo que repiten. En general las repeticiones ocupan el 79% contra el 21% en producción.

8.- Durante la realización de la investigación, se observó que dentro de la programación de las Televisoras de Provincia, en las repeticiones, los canales transmiten los programas que creen que más les conviene, conforme a la localidad donde estén ubicados, algunas optan por transmitir cierto tiempo, las cadena de canal 5 y 9, otras prefieren transmitir "refritos" de programas cómicos y novelas muy antiguas.

9.- Al observar el Cuadro 12 y la Gráfica 8 nos podemos dar cuenta nos podemos dar cuenta que sigue ocupando la repetición el más alto porcentaje de la programación (72% repeticiones, 28% Producciones).

#### **B.- De las Tarifas y Planes.**

1.- Se puede observar que la tarifa mas alta corresponde a Canal 2 , \$1,206,000.00 por 60" de transmisión, si se toma en cuenta el Plan Francés (4x1) el costo por 60" seria de \$301,500.00 lo que significa que la tarifa sigue siendo 3 veces más alta que la de Televisión Azteca. esto nos da una idea de que el canal 2 es altamente rentable, ya que los clientes, no les importan los precios, y las

---

---

condiciones que se les impongan sino el estar dentro del canal que más espectadores capta a diario debido a su programación.

2.- Canal 40 esta dando diferentes planes, para que los clientes, los tomen en cuenta y piensen en ellos como una nueva opción.

3.- Se puede observar que las tarifas de las televisoras del Interior son accesibles para los clientes locales y nacionales, lo que necesitan estas televisoras es darle al espectador mejores programas, para que los clientes les interese anunciarse en dichos canales.

Como resultado de las ideas expuestas en los incisos A y B se desprende que de manera evidente existe un abuso en las repeticiones. El canal 2 es el líder, y podemos decir que se debe al tipo de programación que brinda a sus espectadores, cubre las necesidades esperadas por los clientes, y esto hace que dicho canal pueda darse el lujo de implantar tarifas altamente rentable.

Finalmente se detecta que las Televisoras Mexicanas están detenidas, en su desarrollo por su forma de pensar, ya que les es más conveniente realizar el negocio "fácil" y sin costos.

---

---

### 5.3. EL PAPEL DE LA COMPETITIVIDAD

Hasta hace 3 años hablar de competencia en la televisión en México era irreal, ya que solamente la empresa Televisa tenía la gran mayoría de espectadores, "los cuales según el sistema de medición electrónica People Meter, registro una disminución de su participación de público del 90% al 77%, Así mismo los clientes trataban de salir del "Plan Francés" y comenzaron a colocar avisos en Televisión Azteca (1994) ."<sup>26</sup>

Actualmente, con la inversión que se ha venido realizando Hablar de Competitividad en las empresas televisoras en México parece un tema ambiguo, se podría decir como menciona Gorki García Saldaña que es como el cuento de "ahí viene el lobo", y parece que no se cree, pero la realidad es que la competencia esta latente en este momento. Tenemos que darnos cuenta que existe y que hay que hacer cambio hoy, no esperar a que la empresa de enfrente los haga para después igualarla, el que tome la iniciativa será el que obtenga mejores resultados.

**Competitividad "Guerra pacifica entre países y empresas, que se disputan un pedazo del poder económico con base en la habilidad para vender productos o servicios".<sup>27</sup>**

---

<sup>26</sup> Todo México Hechos de 1995, Enciclopedia de México, Estados Unidos, 1995, pg. 359.

<sup>27</sup> García Saldaña Gorki, México ante el Reto de la Competitividad. Ediciones Castillo, México 1995, pg. XIV

---

Al observar esta definición nos podemos dar cuenta que la realidad que México esta viviendo es la firma de tratados con Estados Unidos, Canadá, y Sudamérica para poder importar y exportar artículos y servicios, los cuales tendrán que tener un mayor control de calidad, ya que al existir mayor oferta los clientes tienen la ventaja de poder elegir el que más les convenga, ya no se puede pensar en una empresa como un ente aislado, ahora tendrá que existir una sinergia entre las empresas, los trabajadores y el gobierno, para poder competir a nivel nacional e internacional, ya que si se logra la internacionalización se vera reflejado en la economía del país , ya que la entrada de divisas seria muy importante.

Es por este motivo que en el siguiente punto analizaremos los cambios que pueden realizar los administradores de las diferentes televisoras, realizando estrategias adecuadas a las necesidades de cada una, y esto les llevara a conseguir la satisfacción del cliente. (Utilidades).

---

#### **5.4. VISIÓN TRADICIONAL Y ACTUAL DEL PENSAMIENTO ADMINISTRATIVO**

La idea tradicional de una empresa consistía en que los inversionistas pensaban, en primera instancia en la obtención de utilidades como resultado del riesgo de abrir una empresa e invertir su capital, en seguida definían el producto o servicio a comercializar considerando los aspectos tecnológicos y de funcionamiento y con su punto de vista la ventajas que ofrecía el producto o servicio y con esto se lanzaban a venderlo sin mas investigación al respecto. (Ver Figura 2)

Como podemos deducir de lo anterior sigue siendo valido el que los inversionistas deban obtener un rendimiento justo por el capital que ponen en juego en sus empresas, sin embargo el esquema general de este pensamiento, ya no es vigente, ya que alrededor de los años 50 tas y 60 tas en los países industrializados se inicia un fuerte incremento en la competencia y esto hace que las empresas menos eficientes hayan acumulado gran cantidad de productos es sus inventarios, que ya no se vendían tan fácilmente como antes, y lo mismo aconteció en las empresas de servicios, es decir estos ya no se vendieron de la misma manera.

---

---

Como es costumbre en los países no industrializados, como México, los acontecimientos se dan mucho tiempo después (de 10 a 20 años) por lo que resulta completamente actual lo mencionado en el párrafo anterior, para este tipo de naciones.

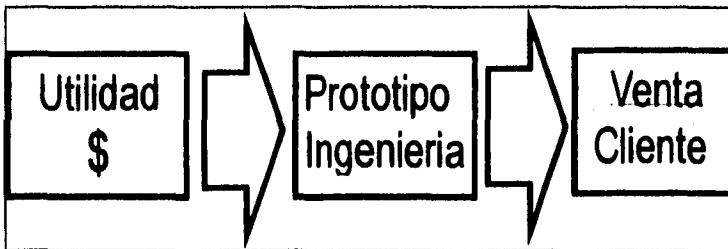


Figura 2 .  
Pensamiento Tradicional de las empresa.

En la figura 2 podemos observar la idea tradicional del negocio, comparándola con la figura 3 que sería la idea de negocio contemporáneo, nos podemos dar cuenta que básicamente lo que ha cambiado es que antes se pensaba solo en obtener utilidades con un producto, sin considerar la opinión de los clientes, ahora debido a la competencia se tiene que pensar en las necesidades del cliente, antes que otra cosa.

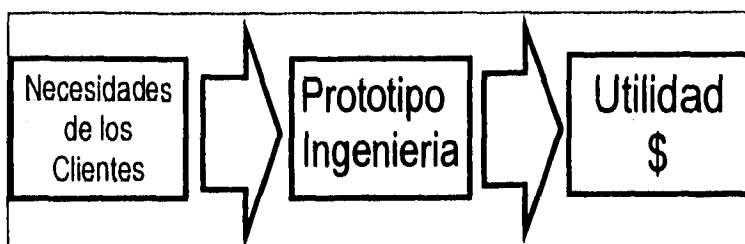


Figura 3 .  
Pensamiento Contemporáneo de la empresa.

El pensamiento administrativo ha evolucionado a través del tiempo y de sus diferentes "escuelas", como se mencionan en el capítulo 1, y además han surgido una serie de nuevas técnicas, como los conceptos de Administración por Objetivos, Auditoría Administrativa, Cero Errores, Calidad Total, Justo a Tiempo, y Reingeniería de Procesos entre otras. así como el uso de nuevos equipos que ofrecen una gran velocidad y volumen en el procesamiento de datos, las comunicaciones y la producción.

Por las razones anteriores las empresas que quieran sobrevivir y obtener un desarrollo eficiente, deberán concientizarse de que requieren evolucionar, y que para este efecto existen una gran variedad de apoyos tecnológicos de los cuales será necesario que elijan los que sean mas afines a sus necesidades o sea tendrán que identificar si solo se requieren algunos cambios en sus procedimientos, nuevos controles, capacitación, mejora de su

---



---

calidad, o cambio radical que implique hacerlo todo nuevo, como se plantea en la Reingeniería de Procesos.

Con la finalidad de que se tenga un panorama general de los cambios que puede realizar una televisora, se comentaran a continuación algunos aspectos que comprende la Reingeniería de Procesos con los que creo que se ayudara a despertar el interés de dichas empresas y a que acepten los cambios que ya son necesarios para poder competir:

- El punto de partida son las necesidades de los clientes.
  - No centrarse en las técnicas tradicionales de la administración.
  - Como se quiere organizar el trabajo en la actualidad.
  - Determinar las ventajas de la empresa
  - No encajonarnos en la estructura departamental, sino visualizar los procesos (serie de actividades que en su conjunto, dan un valor agregado al cliente).
  - La empresa se debe cuestionar ¿Porque hacemos lo que hacemos?, y no pensar en como mejorar el sistema actual, ya que esto nos permite descubrir que mucho de lo que se hace es para efficientar las necesidades internas de la empresa y no ayudan en nada a satisfacer las necesidades de los clientes.
  - La Reingeniería de Procesos implica, resultados dramáticos y no modificaciones pequeñas y cautelosas.
-

- 
- Hoy los clientes tiene muchas opciones para elegir productos o servicios.
  - Inventar una nueva forma de trabajar.
  - Generar procesos simples para eliminar la burocracia.
  - Combinar varios trabajos en uno.
  - Eliminar los controles innecesarios
  - Efectuar los pasos del proceso en orden natural.
  - Establecer procesos con varias versiones que respondan a las necesidades especiales de segmentos específicos del mercado o situación.
  - Desarrollar el trabajo en donde sea mas eficaz realizarlo.  
"Eficacia representa la obtención de los resultados, esperados, de acuerdo a ciertos parámetros".<sup>28</sup>
  - Establecer puntos únicos de contacto con el cliente (representantes de servicio al cliente)
  - Combinación de operaciones centralizadas y descentralizadas.
  - Establecer unidades de trabajo para completar un proceso (Equipos de proceso)
  - Aplicar promociones del personal en base a su habilidad.
  - Contar con personal con la convicción de que trabajan para sus clientes y no para sus jefes.
  - Crear la pertenencia a un equipo y no la actuación individual.
- 

<sup>28</sup> García Saldaña Gorki. México ante el Reto de la Competitividad. Ediciones Castillo. México 1995. pg. 85

---

La finalidad de esta tesis no es el proponer e implantar un proyecto de Reingeniería de Procesos, pero sí propiciar el que se ubique el pensamiento administrativo en las situaciones imperantes que existen hoy en día y que las televisoras se hagan conscientes de que su realidad no está fuera del contexto de la administración vigente, y que ya es tiempo de que reaccionen y actúen en este sentido, ya que su responsabilidad con la sociedad y con sus clientes especiales les demanda que tomen acciones para cumplir realmente con su misión.

Como complemento a los anteriores a continuación se cita del Sr. Gorki Gracia Saldaña en su libro México ante el reto de la Competitividad el siguiente comentario.

“Es de singular importancia recalcar que la empresa es un negocio; por lo tanto, son muchos los factores que intervienen en su desempeño, en cómo la organización encauza sus habilidades y capacidades para lograr hacer conservar un cliente ante sus competidores. Desde luego, sin eludir el compromiso de que en este empeño se deben obtener utilidades para que la empresa sobreviva la premisa es que sin cliente, no hay empresa; pero sin ganancia, no hay negocio”.<sup>29</sup>

---

<sup>29</sup>García Saldaña Gorki, México ante el Reto de la Competitividad. Ediciones Castillo, México 1995, pg. 10

---

Ya sabemos que la tecnología no es un fin en sí mismo, sino un medio que apoya el logro de los objetivos, por esta razón es que no basta contar con nuevas técnicas y equipos para cumplir con la misión de las empresas, ya que estos pueden ser encausados únicamente para mejorar los beneficios de la organización con el punto de vista tradicional del pensamiento administrativo que ya ha sido descrito.

El reto para las Televisoras consiste en modificar su mentalidad para enfocarse en la necesidades de sus clientes y auditorio y no quedarse con una visión miope de muy corto plazo en el que ven utilidades con rapidez y obtenidas con cierta facilidad, ya que a mediano y largo plazo nadie les puede asegurar que esto seguirá sucediendo.

Claro que a las televisoras les resulta más cómodo y económico, en este momento, repetir series y programas de todo tipo sobre todo que esto implica entre otros puntos el evadir de alguna forma la correcta aplicación de la Ley Federal de Derechos de Autor.

Nuestro país requiere en esta época de empresas responsables e inteligentes que indiquen su gran responsabilidad social de crear empleos y apoyar en general a nuestra economía y no de empresas conformistas o egoístas que no sean capaces u crear imaginación son ventajas competitivas.

---

---

# CONCLUSIONES

Si tus Planes son a un año, Siembra un Grano  
Si tus Planes son de diez años, Siembra un Árbol  
Si tus Planes son de Cien, Educa un Pueblo.

C. Arteaga Elizondo

---

---

Los constantes cambios tecnológicos y las variaciones económicas, los tratados internacionales y los mercados globalizados que se presentan a nivel internacional, son el contexto actual de los países , y México no esta al margen de los acontecimientos.

El medio ambiente antes citado ha requerido que las empresas definan estrategias y formas de operación mas eficaces para dar respuesta eficiente a sus clientes que son los que las hacen subsistir, y quienes en ultima instancia, determinan si siguen con ellas o las dejan , en busca de otras opciones.

Como pudimos observar en el desarrollo de este trabajo, la televisión constituye uno de los más importantes inventos de nuestro siglo. a través de la televisión, dos generaciones han sido testigos de los mas variados acontecimientos históricos de nuestra época, sin embargo sus usos y aplicaciones van mas allá, porque se ha constituido en uno de los medios de entretenimiento mas solicitado por la gente y por tanto en un excelente escaparate para que los clientes puedan anunciar los productos y servicios.

Las empresas televisoras también deben analizar cual es su situación en la actualidad, para que estructuren o consoliden sus ventajas competitivas, su productividad y rentabilidad sin olvidar su compromiso social con los trabajadores. Como lo comenta Víctor Hugo O'faril en la entrevista que le realizara Laura Castellot

---

---

"Emilio Azcarraga Vidaurreta me dijo una cosa muy importante: que el negocio de la televisión se hace con gente, que de las maquinas, nos servimos, pero no hacen la televisión"<sup>30</sup>

Es decir las televisoras sin dejar de ganar pueden apoyar a sus colaboradores de manera justa, si aplican los preceptos plasmados en la Ley Federal de Derechos de Autor. Esto seria muy justo, ya que entonces cada televisora decidiría si le conviene pasar un programa repetido , para que solo se repitan los programas que tengan la suficiente calidad y sean autofinanciables, y no como se ha hecho hasta ahora, que se pasan un sin numero de repeticiones, solo para llenar tiempos de pantalla, y no producen programas que generarían mayores espectadores, y por ende más clientes.

Uno de los mayores ingresos en 1980 de Televisa fue la exportación de telenovelas logrando la entrada de entrada divisas, en este finales de siglo es un reto el competir en el mercado internacional y lograr que las producciones de México, sigan rebasando las fronteras, llevar nuestra cultura a través de la televisión, no será fácil, por ello debe utilizarse globalmente toda la infraestructura de las empresas forzando a las televisoras locales a que produzcan , programas de calidad nacional, a costos competitivos.

---

<sup>30</sup> Castellot de Ballin Laura. Historia de la Televisión en México, Ed. Alpe, México, 1993. pg 340.

---

Por otra parte como se comprobó en este estudio, las repeticiones de programas representan el mayor porcentaje de la programación, y la producción que es la que genera empleos, y la que puede llevar a mayores ingresos a las televisoras, como es el caso de canal 2, es el que representa el menor porcentaje del total de la programación.

Es necesario una reestructuración global en los sistemas operativos, para lograr mayor producción de programas, aplicando la Ley Federal de Derecho de Autor, será mas barato producir que repetir, eso forzara a los dirigentes de cada una de las televisoras locales y nacionales a generar programas y a aprender realmente hacer televisión, tal como en los inicios se hacían programas en vivo, teleteatros, escenografías pintadas sobre cartón, con grandes escritores y actores, ahora cada una de las televisoras deberán intentar arriesgarse y por que no hasta equivocarse para lograr ser autosuficientes, de la fuerza de la repetición y seguramente de los errores cometidos en la practica saldrán al final buenas producciones, logrando utilizar al máximo una infraestructura de producción, por cada televisora local, y no como hasta el momento que se han convertido en simples repetidoras. Esto me hace recordar una frase anónima "No conquistarás el Océano, no tienes el valor para perder de vista la playa"

La competencia en las Televisoras existe, ahora habrá que ver cual de ellas, hace una reestructura, y logra la ventaja sobre las otras.

---



---

# **BIBLIOGRAFIA**

---

---

Castellot de Ballin Laura  
**Historia de la Televisión en México**  
Ed. Alpe  
México, 1993.

De la Torre Villar Ernesto y Navarro de Anda Ramiro  
**Metodología de la Investigación**  
Ed. Mc. Graw Hill  
Mexico, 1984.

De la Torre Zermeño y De la Torre Hernandez  
**Taller de Análisis de la Comunicación 2**  
Ed. Mc. Graw Hill  
México, 1995.

Fernández Collado Carlos, Baptista Lucio Pilar, Elkes Débora  
**La Televisión y el Niño**  
Ed. Colofón  
México, 1991

García Saldaña Gorki  
**México ante el Reto de la Competitividad**  
Ediciones Castillo  
México 1995

Gonzalez Treviño Jorge Enrique  
**Televisión y Comunicación Un enfoque Teórico y Practico**  
Ed. Alhambra Mexicana, S.A. de C.V.  
Mexico, 1994

---

---

Hammer Michael y Champy James  
Reingeniería  
Grupo Editorial Norma  
Colombia, 1994 (Quinta reimpresión)

Hampton R. David  
Administración Contemporánea  
Ed. Macgraw Hill  
México, 1981.

Hampton R. David  
Administración  
Ed. Mc. Graw Hill  
México, 1993. (Tercera Edición)

Hernández Y Rodríguez Sergio, Ballesteros Inda Nicolas  
Fundamentos de Administración  
Ed. Interamericana  
México, 1980.

Hicks Hebert G. C. Guillet  
Administración  
Ed. Cecsá  
México, 1987.

Jiménez Castro Wilburg  
Introducción al estudio de la Teoría Administrativa  
Ed. F.C.E.  
México, 1975.

Koontz Harold y Werich Heinz  
Administración una Perspectiva Global  
Ed. Mc Graw Hill  
México, 1994.

---

---

Kotler Philip  
**Fundamentos de Mercadotecnia**  
Ed. Pentice Hall  
México, 1985

Mouchet Carlos y Radaelli Sigfrido  
**Los Derechos de Escritor y artistas**  
Mexico, 1985

Münch Galindo Lourdes y García Martínez  
**Fundamentos de Administración**  
Ed. Trillas  
México, 1993

Pardinas Felipe  
**Metodología y Técnicas de Investigación en Ciencias Sociales**  
Bogotá Colombia, 1980.

Reyes Ponce Agustín  
**Administración de Empresas Teoría y Práctica, Primera y Segunda Parte**  
Ed. Limusa  
México, 1988.

Stoner A.F. James y R. Edward Freeman  
**Administración**  
Ed. Pentice Hall  
México, 1992, (Quinta Edición)

Stoner A.F. James y Wankel Charles.  
**Administración**  
Ed. Pentice Hall  
México, 1989.

---

---

Terry, Franklin  
**Principios de Administración**  
Ed. CECSA  
México, 1993 (Novena Reimpresión)

Trueba Urbina  
**Teoría Integral del Derecho**  
Ed. Porrúa,  
Mexico, 1984

## **Leyes, Publicaciones, Periodicos y Contratos**

**Botin mensual Media Flash**  
Publicado por McCANN ERICKSON  
Sptiembre, Octubre y Noviembre 1995, Números 79,80,81

**Contrato Vigente ANDI - Televisa.**  
Proporcionado por la ANDI  
1 de diciembre de 1992.

**Contrato Vigente ANDI- TV Azteca**  
Proporcionado por la ANDI  
México, 1993.

**Cuadernos de información de Cadenas Grupo Telesistema,**  
**Cuaderno 4,**  
**Televisoras Locales 1996,**  
**Edición Marzo 18.96**

**Enciclopedia de México, Todo Mexico**  
**Estados Unidos abril 1995.**

---

---

**Nueva Ley Federal Sobre Derecho de Autor**  
Editorial Andrade S.A.  
México, 1986.

**Periódico "El Universal"**  
Semana correspondiente del 8 al 14 de abril de 1996.

**Programación semanal Canles 2,4,5 y 9**  
Publicada por Televisa  
Correspondiente del 8 al 14 de abril de 1996.

**Programación semanal Canales 7 y 13**  
Publicada por Televisión Azteca  
Correspondiente a la Semana 8, Febrero 1996

**"Programación 22" semanal**  
Publicada por CNI Canal 40  
Correspondiente a la semana 9/96 del 26 de Febrero al 3 de  
Marzo de 1996

**"Programaciones Televisoras del Interior de la República"**  
publicada por Televisa correspondiente al Mes de Febrero de  
1996

**Que es la Asociación Nacional de Interpretes S.C. ,Volumen**  
**#1,2,3,4,5.**  
México D.F., Octubre de 1960 ANDA, ANDI

**Revista Mexicana del Derecho de Autor**  
Ed. Secretaria de Educación Pública  
México, 1995

---

---

**Tarifas Nacionales, Locales y Bloqueos.**  
Publicadas por Grupo Telesistema 1996 (Televisa)

**Tarifas Canal 40**  
Publicadas por CNI Canal 40, 1996.

**Tarifas Diciembre de 1995 canales 7 y 13**  
Publicadas por Televisión Azteca

**Tarifas 1996 de Televisa canales 2,4,5 y 9**  
Publicadas por Leo Burnett México, Marzo 1996

**Tarifas Febrero 1995 canales 2,4,5, y 9**  
Publicadas por Televisa

**Tarifas Abril 1994 canales 2,4,5 y 9**  
Publicadas por Televisa

**"Tarifario Vyasa"**  
2/95 Edición N° 13 Abril 1995