

Universidad Nacional Autónoma de México

Facultad de Ciencias Políticas y Sociales

Ciencias de la Comunicación

Opción Producción

Tesis:

**Análisis de los programas de concurso de la
televisión en México (2002-2010).**

Que presenta: Nancy González Mendoza

Asesor: Rubén Santamaría Vázquez

2010



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.

AGRADECIMIENTOS

A mi madre por su amor, cariño y apoyo en todo momento. Depositando su entera confianza en cada reto que se me presentaba sin dudar ni un sólo momento de mi inteligencia y capacidad para llegar hasta este momento. Gracias a ella soy lo que soy ahora.

A mis itos y mi tía por su cariño, cuidados, consejos, por guiarme y apoyarme hasta sus últimos días de sus vidas. Siempre estuvieron y seguirán estando presentes, para seguirme protegiendo y guiando desde donde me ven.

A mis amigas: Nage, Zipel, Tehua y Gaby porque gracias a ellas sé lo que es la verdadera amistad, valor importante en mi vida. Gracias por estar conmigo estos 13 años, por sus consejos, regaños, por estar siempre ahí, por compartir risas y llantos en todo este tiempo y lo que nos falta por vivir.

**A todos los amigos y amigas que he ido acumulando
en el transcurso de mi vida: escuelas, facultad,
francés, inglés, servicio, practicas y los que conocí
a través de esa persona que ya no está a mi lado,
pero que se quedaron para seguir en mi camino.**

**A mi asesor que me esperó y que no dejó de
apoyarme para poder culminar este proyecto.
Por compartir sus conocimientos y experiencia.**

**Por último, pero no menos importante, a mi padre
postizo, el cuál ha tenido que aguantarme y
soportar mi mal genio, sólo por seguir
acompañando a mi madre.**

ÍNDICE

	Página
Introducción	5
I. La televisión mexicana	15
1.1 Antecedentes históricos	20
1.2 Géneros televisivos	36
1.3 Los programas de concurso en México	55
II. Contexto Sociológico de la televisión en México	76
2.1 Globalización	77
2.2 Televisión y sociedad	87
III. Análisis de los seis programas de concurso en México	96
3.1 Metodología básica	96
3.2 “100 Mexicanos dijeron” con Marco Antonio Regil	99
3.3 “100 Mexicanos dijeron” con Adrián Uribe	107
3.4 “Atínale al precio” con Marco Antonio Regil	114
3.5 “Sexos en guerra” con Ingrid Coronado y Fernando del Solar	121
3.6 “El rival más débil” con Montserrat Ontiveros	128
3.7 “Para todos” con Mauricio Barcelata, Mimi, Héctor y la Güereja	134
Conclusiones	140
Bibliografía	145
Cibergrafía	151
Videografía	152

INTRODUCCIÓN

La televisión es uno de los medios de comunicación que la gente utiliza más como entretenimiento dentro de su hogar, negocio o reuniones familiares, ven telenovelas, programas, partidos o un mundial de fútbol. Con la modalidad de los programas de concurso el público de estos opta por dedicarles tiempo convirtiéndolo en un evento particular, en el que la gente se sienta cómodamente en su lugar preferido en su casa o en el lugar donde se encuentre para poder disfrutarlo.

El contenido que atiendo en esta tesis trata de un tema que a mi punto de vista es muy importante para la televisión mexicana que son los *Programas de Concurso/Entretenimiento*. La mayoría de programas de televisión están producidos por compañías ajenas a la cadena que los emite y a la que se le venden los derechos de emisión.

La creación de un espectáculo televisivo comienza con la idea del programa y el desarrollo del guión. La cadena que vaya a emitirlo puede condicionar su financiación a la contratación de algún actor conocido por el público.

El concurso es una competencia entre una o más personas que participan en un programa de televisión, con el fin de demostrar sus habilidades de destreza, habilidades físicas y sobre todo ser mejor que el contrincante, de esta forma lograr el primer lugar de juego.

El espacio que se les da al entretenimiento en la televisión actual, es de gran auge, aunque algunos se tratan de viejos programas importados y renovados para nuestra época. La gente los ha recibido con un gran logro para las televisoras. Porque estas se encargan de promocionar sus proyectos para que a la hora de presentarlos en pantalla la concurrencia esté al pendiente de sus estrenos.

Al igual que en muchos programas de entretenimiento, los concursos televisivos proceden de formatos radiofónicos adaptados a la televisión. Este fue el caso de Buscando estrellas en la década de 1950, de este como otros programas de concurso se tratará en esta investigación.

Esta investigación aborda los conceptos que han ido evolucionando en los programas de concurso, se analizará el contenido, la estructura, la estenografía, el público y la publicidad de los mismos, de cómo se manejan las pruebas que se realizan en el escenario: competencias físicas, de conocimiento, razonamiento, destreza, etc., y qué tan importante es el manejo que se le da al escenario donde se realiza el evento.

Los programas que se revisarán, han sido realizados en los recientes últimos 8 años y han tenido una buena aceptación por el público, de los programas de Televisa transmitidos por el canal 2 son los siguientes: “100 Mexicanos dijeron” conducido por Marco Antonio Régil, “100 mexicanos dijeron” conducido por el comediante Adrián Uribe y “Atínale al precio” conducido actualmente por Marco Antonio Régil. En TV Azteca los transmitidos por el canal 13 son los siguientes:

“Sexos en guerra” con los conductores Ingrid Coronado y Fernando del Solar, “El rival más débil” conducido por la actriz Montserrat Ontiveros, y “Para todos” conducido por el actor Héctor Soberón, la actriz y comediente María Elena Saldaña “La Güereja”, Mimi ex integrante del grupo musical Flans, el actor y conductor Mauricio Barcelata y Luis Armando ex alumno de la academia.

El mensaje televisivo moldea el estilo de vida del espectador, al mismo tiempo que lo introduce en esta realidad de ideas, conocimientos, estímulos, deseos, alimenta nuevas necesidades, provoca fenómenos de unificación cultural y lingüística. La televisión y todos los medios de comunicación de masas son poderosas fuerzas de cambio.

Los programas televisivos, se dividen en seis géneros: Información (noticias y programas de análisis: documentales, magazines, debates, propaganda, etc.), Educación, Ficción (series, telenovelas, series de animación y comedias de situación), Variedades (los talk shows, los reality shows, el concurso, los programas infantiles y el documental de ficción), Deportes y Ventas.

Las técnicas a desarrollar para poder realizar un programa de televisión son creación y escritura de un guión, elaboración de un presupuesto, contratación de personal creativo, diseño de decorados y ensayos antes de que se comience a grabar. El proceso de posproducción incluye la edición en vídeo, además de añadir sonido, música y efectos visuales para su presentación en pantalla.

Antes de la aparición de la cinta de vídeo, en la década de 1950, los programas de televisión se hacían en directo o se grababan en película de cine para su posterior emisión. Los concursos eran los más populares, pero los tipos de programa estaban limitados por la tecnología. El desarrollo de la cinta de vídeo hizo innecesario que la mayoría de los espectáculos de televisión fuesen en directo, con el riesgo de cometer errores en antena¹.

Algunos estudios han intentado demostrar que el telediario se parece a una gran fábula y que la televisión norteamericana logra transformar cada acontecimiento en espectáculo como el asesinato de un presidente, un descubrimiento científico, un escándalo o una guerra. Por esta razón, se ha escrito que el espectáculo es una de las características de todo régimen democrático. La propia política se convierte en espectáculo.

El entretenimiento cumplió con creces. Los programas estuvieron patrocinados por importantes compañías que venden sus productos de acuerdo al público y al horario del programa, que poco a poco llenaron las horas de programación. Así como telenovelas, la lucha libre y el box se ganaron un espacio en las conversaciones cotidianas de la gente cuyo rating determina su permanencia en los horarios preferentes, lo que no sucede con la política cuyo rating queda tan bajo que queda en manos del gobierno.

¹ "Producción televisiva", Enciclopedia Microsoft® Encarta® 2000. © 1993-1999 Microsoft Corporation. Reservados todos los derechos.

Como todo monopolio, la televisión sufrió los estragos de falta de competencia y su programación se inclinó básicamente por mantener la línea del entretenimiento, mezclada con información de noticieros.

Los programas de entretenimiento, ocupan el mayor espacio televisivo. Conformado por series, como son: policíacas, comedia, de investigación, de suspenso, etc. Los concursos, telenovelas, de animación (dibujos animados), “talk shows”, como es “Cristina”, transmitido desde Miami y “Gran Hermano” que comenzó en Estados Unidos, han sido copiados por varias televisoras.

Los programas de entretenimiento han sido considerados en muchos aspectos, los más importantes, principalmente por la audiencia que llegan a tener por ser emitidos en las horas donde la mayoría de las personas descansan de sus horarios de trabajo, además porque, son de los que más hablan los restantes medios de comunicación de masas, particularmente periódicos y revistas, anuncios, entrevistas, chismes, fotografías, comentarios; estimulando y reforzando de esta manera el interés del público por este tipo de emisiones.

En el plano económico, hablando de las posibilidades de ser vendidos e intercambiados, estos espectáculos rinden mucho, es decir, llaman la atención de productores publicitarios que en los programas de más audiencia invierten grandes cantidades de dinero, lo que explica el interés que todo aparato dirige hacia el entretenimiento.

Hay que tener en cuenta que los programas de televisión son frecuentemente la reelaboración de guiones de espectáculos o de juegos populares o de salón ya conocidos, que cada aparato adapta a sus propias exigencias. Es típico el caso de los concursos que dominan sin competencia a nivel internacional, desde hace más de un decenio, a finales de la década de los cuarenta hasta comienzos de los sesenta. El concurso es el espectáculo central de la televisión cuando la escucha del público es colectiva, nace y se desarrolla en un periodo en que no existe la posibilidad de grabación magnética y exalta con frecuencia, al realizarse en directo, la espontaneidad y lo imprevisto.

El concurso se basa en la pregunta-respuesta de tipo escolar, extrayendo de la experiencia cotidiana una serie de indicaciones y de propuestas, transformándolas y organizándolas después en programas bien definidos. Encontramos en ellos una serie de figuras y de personajes fijos: presentadores, azafatas, invitados de honor, cómicos, cantantes, etc.

Los mecanismos del juego son parte fundamental del espectáculo, esto es, cuando no hay obstáculos notables se da lugar a incidentes; por ejemplo: una discusión sobre una pregunta o una respuesta, el recurso a los jueces del concurso, etc. A veces, el incidente es provocado para superar momentos de aburrimiento.

Gran parte de las emisiones están elaboradas según un esquema ya tradicional (estructura): al comienzo se presenta una situación tranquila, de perfecto equilibrio; después se produce un incidente (la ruptura del estado de

equilibrio); por último, se restablece. En el caso del concurso, esta recomposición se alcanza casi siempre a través de la intervención de los jueces, situados generalmente al margen del escenario. Hasta hace pocos años sólo se oía la voz, pero recientemente han adquirido un rostro y han entrado directamente a formar parte del espectáculo visual.

Los programas de concursos plantean una especie de juego: una forma de conducta diferente a la habitual y un modo de relacionarse con el mundo, separados del espacio y tiempo de nuestras realidades. Claro que el espacio de la emisión que se abre en la televisión tiene sus particularidades. Ahí se pueden reconocer algunas reglas del juego, pero también reglas del espectáculo que están al servicio de los fines comerciales que inspiran estas exposiciones. La televisión suele armar una escena donde se mezclan al azar las habilidades y los conocimientos con los aspectos más tradicionales y característicos del show televisivo: música, luces, colorido, humor, publicidad, etc., todo al servicio de un imaginario televidente que debe ser retenido frente a su pantalla.

El concurso tiene una característica que lo distingue de los demás géneros televisivos: consta de dos tipos de público, el asistente al estudio y el televidente. En el estudio se utiliza al público para que anime y apoye a los concursantes, al público televidente se le pide que participe llamando a un número telefónico para que de esta forma también pueda obtener algún premio al responder o adivinar alguna pregunta antes que los concursantes del estudio lo hagan.

Desde que la televisión mexicana comenzó sus transmisiones oficiales en 1950, los programas de concurso han sido uno de los formatos más rentables y populares para la audiencia: “Sube Pelayo Sube”, “Dr. IQ”, “La hora del gane”, “Juan Pirulero”, “Adivinen mi chamba”. “Pesos por palabra” y hasta la famosa “Catafixia” de Chabelo son algunos de los más populares concursos del pasado.

Se mostrará cuál es el mecanismo de los programas de concursos y como han ido cambiando con el paso del tiempo. Antes se notaba el bajo presupuesto en el que se realizaban los programas y la poca creatividad, ahora las televisoras se han conformado con comprar los derechos de programas exitosos de otros países, los conductores propician situaciones cómicas para hacer quedar mal a los concursantes frente a las cámaras con tal de conseguir un rating.

Este tipo de programas son los más rentables para las televisoras, en la actualidad además de comprar los derechos a ciertas televisoras europeas o americana, Televisa y Televisión Azteca copian el formato de los programas dándoles un toque especial de originalidad de acuerdo a sus necesidades. Para así, poderlos transmitir y llamar la atención de un público en particular.

¿Qué importancia tienen los programas de concurso en la televisión mexicanas y cuáles son sus estrategias para la realización y presentación del público?

Para contestar esta pregunta se analizará como han evolucionado en los recientes últimos 8 años, en el canal 2 de Televisa y canal 13 de TV Azteca, los programas de concurso a fin de comprender e identificar, las preferencias, desaciertos, gustos del público y de cómo algunas emisiones han prevalecido con el paso del tiempo.

Se analizará la estructura de los programas televisivos de concursos para conocer cómo han ido cambiando los escenarios, el desempeño de los conductores y sus dinámicas.

Los concursos involucran a todo el ámbito social: desde los participantes al evento (concurstantes y público asistente), el auditorio televisivo, empresas comerciales, instituciones sociales y artistas invitados, esta es la parte principal del concurso y la parte complementaria son: los regalos, premios, patrocinios, etc. Todos estos elementos deben asociarse, de tal forma que den un sello característico al programa para que permanezca en el gusto del espectador.

Para la realización de la investigación se recurrió a una revisión de libros, revistas o artículos sobre televisión, enfocándome particularmente en todo lo relacionado en los concursos transmitidos en México para poder tener una radiografía concluyente que me permitiera obtener, el por qué la necesidad de los programas de concursos y explicar la temática de los mismos.

Consulté y analicé videos fidedignos que se editaron en la revista Clío relacionados con el tema. En el video “La vocación de entretener. Historia de la

TV mexicana 2” producción general de Diana Roldán, los programas que se muestran son La rueda de la fortuna, Atínale al precio, el Gran premio de los \$64.000, Juan Pirulero y Sube Pelayo Sube, son algunos de los programas de concurso que muestra el video. Describen como eran los programas, los participantes, los conductores y algunos de los premios que se entregaban en la época de los setentas en el programa Sube Pelayo Sube.

Todos los programas televisivos conllevan un protocolo de reglas a seguir, para entenderlos y comprenderlos debemos adentrarnos en su organización, desde la selección de los participantes hasta su emisión al aire.

Para terminar esta introducción recordemos que el autor Mariano Cebrián en su libro “La información en televisión” menciona que los programas seleccionan tanto al público que asiste al programa como a los participantes. Todo programa de concurso selecciona a su público acorde con la emisión y el horario de transmisión, en la barra infantil se abocan en un plano muy familiar, en los horarios matutino y nocturno están más dirigidos a jóvenes y adultos, esta audiencia además de formar parte del evento crea la atmósfera ideal por el público televidente.

I. LA TELEVISIÓN MEXICANA

La televisión es un sistema de transmisión de imágenes y sonidos por cables o por ondas radioeléctricas².

La palabra "televisión" es una combinación de las palabras griegas *tele* (distancia) y la latina *visio* (visión), es una vista a distancia. Este término se refiere a todos los aspectos de transmisión y programación de televisión, puede ser abreviada como TV.

Desde finales del siglo XIX hasta 1935 un grupo de investigadores en los países tecnológicamente más avanzados como Estados Unidos, Gran Bretaña, Francia y Alemania buscaban transmitir imágenes a distancia. Este método se trataba de captar imágenes utilizando una cámara, transmitir esas imágenes a través del aire y recibirlas en un aparato receptor a cierta distancia de donde originariamente se habían captado logrando así crear la televisión.

En los años 20 tras una serie de inventos surgen los dos primeros modelos de televisión: la televisión mecánica creada por el escocés John Baird en 1924 y la electrónica creada por el científico ruso-norteamericano Vladimir Zworykin en 1928. Ambas se desarrollaron de forma paralela y estuvieron en competencia por probar cual de las dos era más superior, quedando como la mejor la televisión electrónica trabajando en conjunto con la inglesa EMI.

² El pequeño Larousse ilustrado 2009, pp. 969

Al principio la televisión era en blanco y negro y con sonido, luego en color y con sonido. Actualmente se fabrican televisores en color, con sonido y con soporte para imágenes en alta definición, mediante las cuales se transmiten documentales, películas, entre otros tipos de programas. Algunos tipos de televisión son:

a) Difusión Analógica

La televisión hasta tiempos recientes, principios del siglo XXI, fue analógica totalmente y su modo de llegar a los televidentes era mediante el aire con ondas de radio en las bandas de VHF y UHF. Pronto salieron las redes de cable que distribuían canales por las ciudades, esta distribución también se realizaba con señal analógica, las redes de cable tenían una banda asignada, para poder realizar la sintonía de los canales que llegan por aire junto con los que llegan por cable.

El satélite, que permite la llegada de la señal a zonas muy remotas y de difícil acceso a partir de la tecnología de los lanzamientos espaciales, permitió la explotación comercial para la distribución de las señales de televisión. El satélite realiza dos funciones fundamentales, la de permitir los enlaces de las señales de un punto a otro del orbe, mediante enlaces de microondas y la distribución de la señal en difusión.

b) Difusión Digital

La difusión de la televisión digital se basa en el sistema DVB Digital Video Broadcasting y es el sistema utilizado en Europa. Este sistema tiene una parte común para la difusión de satélite, cable y terrestre. Esta parte común corresponde a la ordenación del flujo de la señal y la parte no común es la que lo adapta a cada modo de transmisión. Los canales de transmisión son diferentes, mientras que el ancho de banda del satélite es grande el cable y la vía terrestre lo tienen moderado, los ecos son muy altos en la difusión vía terrestre mientras que en satélite prácticamente no existen y en el cable se pueden controlar, las potencias de recepción son muy bajas para el satélite llega una señal muy débil, mientras que en el cable son altas y por vía terrestre son medias, la misma forma tiene la relación señal-ruido.

Los sistemas utilizados según el tipo de canal son los siguientes, para satélite el DVE-S, para cable el DVE-C y para terrestre DVE-T. Muchas veces se realizan captaciones de señales de satélite que luego son metidas en cable, para ello es normal que las señales sufran una ligera modificación para su adecuación a la norma del cable.

En Estados Unidos se ha desarrollado un sistema diferente de televisión digital, el ATSC Advanced Television System Committee que dentro de las emisiones por satélite y cable no difiere mucho del europeo.

c) Televisión Terrestre:

La difusión analógica por vía terrestre está constituida de la siguiente forma: del centro del emisor se hacen llegar las señales de vídeo y audio hasta los transmisores principales situados en lugares estratégicos, normalmente en lo alto de alguna montaña dominante. Estos enlaces se realizan mediante enlaces de microondas punto a punto los transmisores principales cubren una amplia zona que se va rellenando con reemisores. La transmisión se realiza en las bandas de UHF y VHF, aunque esta última está prácticamente extinguida ya que en Europa se ha designado a la aeronáutica y a otros servicios como la radio digital.

La televisión norteamericana se ha desarrollado a base de pequeñas emisoras locales que a veces se unían para la retransmisión de ciertos eventos, al contrario que Europa, donde ha habido mayoritariamente grandes cadenas nacionales.

Los sistemas de difusión digitales van a reemplazar a los analógicos. En Europa, está previsto el apagón analógico para el 2012.

d) Televisión por Cable:

La televisión por cable surge por la necesidad de llevar señales de televisión y radio, de índole diversa, hasta el domicilio de los abonados, sin necesidad de

que éstos deban disponer de diferentes equipos receptores, reproductores y sobre todo de antenas.

La ventaja del cable es la de disponer de un canal de retorno que lo forma el propio cable, que permite el poder de realizar una serie de servicios sin tener que utilizar otra infraestructura.

La dificultad de tender la red de cable en lugares de poca población hace que solamente los núcleos urbanos tengan acceso a estos servicios. La transmisión digital por cable esta basada en la norma DVB-C, muy similar a la de satélite, y utiliza la modulación QAM.

e) Televisión por Satélite:

La difusión vía satélite se inició con el desarrollo de la industria espacial que permitió poner en órbita geoestacionaria satélites con transductores que emiten señales de televisión que son recogidas por antenas parabólicas.

La ventaja de llegar a toda la superficie de un territorio concreto, facilita el acceso a zonas muy remotas y aisladas. Esto hace que los programas de televisión lleguen a todas partes.

La transmisión vía satélite digital se realiza bajo la norma DVB-S, la energía de las señales que llegan a las antenas es muy pequeña aunque el ancho de banda suele ser muy grande.

La televisión es el medio de comunicación más importante que llega a todos los hogares tiene una gran influencia en las personas y mucho más en los niños. Por que a través de los programas de entretenimiento, las telenovelas, las caricaturas, las películas, los programas deportivos y los noticieros, todo el tiempo uno permanece pegado al televisor, ya sea para entretenerse o para mantenerse informado la televisión se ha convertido en el centro de atención más importante dentro de las familias.

1.1 ANTECEDENTES HISTÓRICOS

En México, dos profesores de la Escuela Superior de Ingeniería Mecánica y Eléctrica (ESIME) y del Instituto Técnico Industrial, Francisco Javier Stavoli y Miguel Fonseca, trajeron a nuestro país el primer equipo de televisión y efectuaron las primeras transmisiones pioneras apoyados económicamente por el Partido Nacional Revolucionario (PAN)³. Aunque se le adjudica al ingeniero Guillermo González Camarena ser el inventor de la televisión, porque en 1939 cuando la televisión en blanco y negro ya funcionaba en algunos países, González Camarena impacta al mundo al inventar la televisión en color, gracias a su Sistema Tricromático Secuencial de Campos, el cual se basaba en los colores verde, azul y rojo.

El ingeniero Guillermo González Camarena el "Padre de la televisión mexicana", obtiene la patente de su invento tanto en México como en Estados Unidos el 19 de agosto de 1940. El sistema de televisión en color se empieza a

³ MEJÍA Barquera, Fernando, “Apuntes para una historia de la televisión mexicana”, pp. 20

utilizar con fines científicos. En 1951 se transmite desde la Escuela Nacional de Medicina, lecciones de anatomía. En la actualidad, las naves espaciales estadounidenses de la Agencia Nacional para el Estudio del Espacio Exterior (NASA), las cuales están equipadas con el sistema tricromático, son el mejor ejemplo de la utilización práctica del invento de la televisión.

Al iniciarse la década de 1950 se implantó la televisión comercial y se iniciaron los programas regulares y en 1955 se creó Telesistema mexicano, por la fusión de los tres canales existentes, XHTC canal 4, XEW-TV canal 2 y el canal 5.

El 31 de agosto de 1950 en nombre del licenciado Miguel Alemán Valdés es declarado oficialmente inaugurada la primera planta de televisión XHTV construida por Televisión de México, S. A., propiedad del señor Rómulo O'Farril padre, dueño también del periódico *Novedades* de la Ciudad de México. Un día después, el 1 de septiembre se transmitió el primer programa, con la lectura del IV Informe de Gobierno del Presidente de México, Lic. Miguel Alemán Valdés.

Los estudios del Canal 4 se ubicaban en el piso 13 y 14 del edificio de la Lotería Nacional y su antena en la parte más alta de ese inmueble. Para 1951 se incrementaron sus necesidades de producción y el canal 4 instaló dos nuevos estudios, uno ubicado en la calle de Bucareli número 4, y otro en la calle de Balderas, en un edificio que anteriormente había sido la sede de la asociación Cristiana de Jóvenes, institución conocida por sus siglas YMCA y

popularmente como la “Uay”. Posteriormente fue instalado en ese lugar el diario Novedades⁴.

En enero de 1950 el ingeniero González Camarena comenzó a explotar comercialmente el canal 5 a quien le asignó las siglas XHGC, las últimas dos letras son correspondientes a las iniciales de sus apellidos⁵. El 10 de mayo de ese año el Canal 5 comenzó sus transmisiones a control remoto desde el Teatro Alameda, se trataba de un festival organizado por el periódico el *Excelsior* con motivo del Día de las Madres. Las trasmisiones regulares iniciaron hasta el 18 de agosto del mismo año.

La XEW-TV Canal 2, propiedad de la familia Azcárraga, es inaugurada el 21 de marzo de 1951, concesionado a la empresa Televimex, S.A. el programa inaugural fue un encuentro de béisbol transmitido a control remoto desde el Parque Delta (actualmente Parque deportivo del Seguro Social) en el Distrito Federal. Sus estudios se ubicaron en Televisión, edificio situado en la avenida Chapultepec, dicho edificio había comenzado a construirse en 1943 con la intención de llamarlo Radiópolis e instalar ahí las emisoras XEW y XEQ.

La inauguración oficial de Televisión fue hasta el 12 de enero de 1952, casi un año después de que el canal iniciara sus operaciones, con la transmisión de una función de lucha libre. El equipo técnico con que inició sus transmisiones el

⁴ Ibidem., pp. 27

⁵ Ibid.

Canal 2 fue comprado a las empresas estadounidenses General Electric y Laboratorios Dumont⁶.

El 26 de marzo de 1955, se fusionan los canales 2, 4 y 5 en una sola entidad llamada Telesistema Mexicano, S.A. (TSM), la cual se encargaría de administrar y operar dichas frecuencias. Estos tres canales contrataron de manera conjunta la transmisión de los II Juegos Panamericanos que habrían de realizarse en la ciudad de México en ese año. Los representantes de los tres canales repartieron las transmisiones de la siguiente manera: Canal 4, difundiría béisbol, tenis y fútbol; Canal 2, natación, básquetbol; y Canal 5, los eventos nocturnos.

La primera gran innovación que se dio en Telesistema Mexicano fue la grabación en *videotape*, esta creación revolucionó la producción televisiva, ya que permitió grabar y editar los programas reduciendo la salida al aire de errores. La cinta de video dio a Telesistema la oportunidad de exportar programas, especialmente las telenovelas, a Latinoamérica y Estados Unidos.

El 13 de abril de 1959 se difundió el primer programa grabado en *videotape* en México, un capítulo de la serie "Puerta al suspenso", producido por Roberto Kenny, transmitido por el canal 2, cuya realización era 80 % en vivo⁷.

⁶ Ibid., pp. 28

⁷ Ibid., pp. 41

Antes para grabar un programa de televisión se utilizaba una técnica llamada *kinescopio*, a base de película cinematográfica de 16 milímetros, pero la calidad de la imagen obtenida era muy deficiente.

El 2 de marzo de 1959, inició transmisiones XEIPN Canal 11, del Instituto Politécnico Nacional, un documental y una clase de matemáticas son los primeros programas que salen al aire.

Otra innovación impulsada por Telesistema Mexicano fue la transmisión a color durante la década de los sesenta. El 27 de marzo de 1960 se patenta el *kaleidoscopio* se trata de un dispositivo para generar efectos luminosos a color al reproducirlos en pantallas comunes de televisión en blanco y negro. El 20 de octubre de 1962 el ingeniero González Camarena obtuvo en México, Estados Unidos y otras naciones la patente de otro sistema de televisión cromática llamado el *bicolor* simplificado, que se establece a base de los colores verde-naranja y verde-azul.

La primera transmisión a color se realizó el 8 de febrero de 1963 por el Canal 5 con el programa "Paraíso Infantil", un programa previamente grabado en cinta de video, que a partir de esa fecha se transmitió cada sábado.

Al principio las transmisiones a colores son escasas por la insuficiencia de equipo en las televisoras y privilegio de una minoría, pues la oferta de aparatos receptores capaces de registrar esas señales es mínima y su consumo está reservado para sectores muy reducidos.

Con el tiempo, el número de programas que se transmiten a color aumentó, podemos mencionar los siguientes: “Escaparate 360” programa transmitido por el Canal 4, “Los Thunderbirds”, “telemando” y muchos más, por el Canal 2. Para 1967 se llevan a cabo varias transmisiones especiales a colores como el tercer Informe de Gobierno del presidente Gustavo Díaz Ordaz y la pelea de revancha por el campeonato mundial de peso pluma entre Vicente Saldívar y Howard Winstone llevado a cabo en el estadio Azteca de la Ciudad de México.

Otro avance tecnológico de Telesistema fueron las transmisiones internacionales, primero a través de microondas y después mediante enlaces vía satélite. Las imágenes transmitidas a México por microondas son provenientes de Estados Unidos. El primer suceso de importancia mundial que la televisión mexicana difunde en vivo y en directo es el lanzamiento de la nave Mercury IX con el cosmonauta Gordon Cooper a bordo. También en noviembre de 1963 se recibieron en México las escenas del funeral de John F. Kennedy, asesinado en noviembre de ese año y la coronación del Papa Paulo VI. Este último acontecimiento se transmitió de Roma a Nueva York por satélite y de ahí a México por microondas.

Otra transmisión por medio de microondas fue en octubre de 1964, de Estados Unidos a través de Syncom III transmitidos desde la ciudad de Tokio en Japón, también los Juegos Olímpicos realizados ese año. Las imágenes de la inauguración llegan a Estados Unidos vía satélite y luego a México por microondas.

En abril de 1965 es colocado en órbita el Pájaro Madrugador (Early Bird), primer satélite comercial de comunicaciones, gracias al cuál pueden verse en México transmisiones históricas como la pelea por el campeonato mundial de peso pluma entre Vicente Saldivar y Howard Winstone, el Campeonato Mundial de Fútbol de Inglaterra en 1966 y el célebre programa internacional Nuestro Mundo en 1967, en el que la televisión mexicana participa transmitiendo en vivo el nacimiento de un niño y un espectáculo de danza prehispánica.

En 1968 nuestro país incursiona en la era de las comunicaciones vía satélite, al transmitir a todo el mundo, los diversos eventos de la XIX Olimpiada México 68. Para tal efecto se utilizó el satélite ATS-3, propiedad de la NASA y rentado por INTELSAT. A partir de 1969 se establece una conexión internacional permanente de nuestro país con el exterior a través del satélite INTELSAT III colocado sobre el Océano Atlántico⁸.

En 1970 se realizó desde México otro conjunto de transmisiones con relieve internacional al celebrarse aquí el Campeonato Mundial de Fútbol.

El 1 de septiembre de 1968 el presidente Díaz Ordaz rinde su IV Informe de Gobierno, mensaje transmitido por dos nuevos canales de televisión: XHTIM Canal 8 yXHDF Canal 13. La concesión del Canal 8 se otorga el 24 de junio de 1967 a la empresa Fomento de Televisión S.A., con el fin de fortalecer financieramente la puesta en marcha de la emisora, la nueva concesionaria se

⁸ MEJÍA Barquera, Fernando, “Apuntes para una historia de la televisión mexicana”, pp. 48

asocia con la empresa Televisión Independiente de México, filial del grupo Alfa, de Monterrey, Nuevo León.

El Canal 13 inicia el 12 de octubre de 1968 con su programación regular desde los estudios ubicados en la calle de Mina número 24, en la colonia Guerrero. La concesión para operar el Canal 13 se otorga el 24 de junio de 1967 a la empresa Corporación Mexicana de Radio y Televisión, encabezada por el industrial radiofónico Francisco Aguirre Jiménez, dueño de la cadena de radiodifusoras Organización Radio Centro.

Una de las primeras medidas que Aguirre adoptó al obtener la concesión fue comenzar a transmitir estrenos cinematográficos y programas de concursos a los cuáles nombro *Telesorpresas*. También predominaban las series extranjeras como “La ley del revólver y Perry Mason”, así como programas cómicos “Yo quiero a Lucy” y producciones propias como “Las andanzas de cupido” y las emisiones noticiosas.

Algunas de las personas que formaron parte de la dirección del canal fueron Alejandro Palma Argüelles, funcionario bancario; Jorge Cueto García, cardiólogo y Pedro Ferriz Santa Cruz, quién de 1976 a 1979 fue el conductor del programa de concurso “Las treces preguntas del trece”, formato similar al del “Premio de los 64 mil pesos” transmitido por Televisa.

Ferriz renunció antes de cumplirse el mes al frente del canal y asumió el puesto temporalmente Margarita López Portillo, posteriormente en 1981 Claudio Farías ocuparía el puesto.

La empresa privada de televisión más importante de habla hispana, Televisa se fundó el 8 de enero de 1973 y se ha convertido en uno de los centros de emisiones y de negocios más grande del mundo, ya que además de canales y programas de televisión, tiene varios rubros como es televisión, radio cine, espectáculos, publicaciones, teatro, deportes, publicidad, prensa.

Televisa nace con la idea de ofrecer al público una imagen renovadora en la que se combine entretenimiento y cultura, información y esparcimiento, educación y proyección al sector infantil.

Asimismo, su expansión nacional e internacional en el área de televisión ha sido ostentoso, ya que exporta programación grabada o en vivo a una gran cantidad de países en el mundo y tienen inversiones directas en canales televisivos en diferentes naciones del continente americano.

En julio de 1976 a través de los canales de la cadena Spanish International Network (SIN), comenzó a operar el sistema *Univisión*, con sede en Miami, con una programación proveniente de México. El objetivo de Univisión era vincular a la gente de habla hispana, más haya de las fronteras nacionales. El 12 de septiembre de ese mismo año, la señal del canal 2 de Televisa comenzó a

llegar con regularidad a Estados Unidos vía satélite y microondas a través de Univisión⁹.

En mayo de 1980, Televisa contrató, con autorización de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT), los servicios del satélite estadounidense *Westar III*, de la empresa Westwern Union, con lo cual adquirió la posibilidad de cubrir el territorio mexicano y de transmitir directamente a Estados Unidos 19 horas diarias de programación para la cadena Spanish Internacional Network (SIN), constituida en ese momento por 100 estaciones afiliadas y de la que Televisa era propietaria en una proporción de 75%¹⁰.

La cobertura de Televisa en el territorio mexicano se vio facilitada a partir de 1985 con la puesta en órbita de dos satélites nacionales de comunicaciones: *Morelos I y II*. Posteriormente, entre 1992 y 1993, se colocan otros dos satélites: *Solidaridad I y II*, con ellos, se utilizan las tecnologías más avanzadas en transmisiones radiofónicas y televisivas, principalmente, con capacidad para ofrecer servicios de telecomunicaciones a todo el territorio nacional y a 23 país del continente americano.

A partir de 1984, la utilización por Televisa del satélite Panamsat para sus transmisiones de alcance mundial, permite que la señal en español cubra la totalidad de los cinco continentes. Hispasat, el satélite español de la década de 1990, cubre también toda Europa y América.

⁹ Ibidem., pp. 55

¹⁰ Ibid., pp. 52

Actualmente Televisa cuenta con las siguientes divisiones y subsidiarias:

Televisión: Televisa posee dos cadenas de cobertura nacional (canal 2 y canal 5), una seminacional (canal 9), una regional (tres emisoras ubicadas en el Norte de México y afiliadas a la cadena estadounidense FOX) y con el canal 4, con cobertura en el área metropolitana de la Ciudad de México.

Además, Televisa difunde la señal de su servicio informativo Eco y del canal 2 a Estados Unidos, Centro y Sudamérica, Europa y el norte de África. Para la distribución de sus canales ocupa los siguientes satélites: *Morelos II* para los canales 2 y 5 en México, y para los enlaces de Cablevisión; *Solidaridad I* para el canal 9 en México; *Panamsat 3R* para América Latina; *Galaxy 1R* para las cadenas Galavisión y Univisión en Estados Unidos; y *Panamsat I* y *Astra 1C* para llevar la señal de Galavisión a Europa¹¹.

Publicaciones: Televisa produce libros, revistas y un periódico. El elemento principal es Editorial Televisa, que distribuye aproximadamente el 55% del total de revistas de circulación en México¹². Entre los principales títulos que produce están: *TV y Novelas*, *Tele Guía*, *Eres*, *Eres Novia* y *Somos*. También produce las ediciones en español de varias revistas intencionales publicadas en Estados Unidos y Europa: *Cosmopolitan*, *Buenhogar*, *Harper's Bazar*, *Mecánica Popular*, *Elle*, *Automóvil Panamericano*, *PC Magazine* y *PC Computing*.

¹¹ Ibid., pp. 68

¹² Ibid., pp. 69

Otro producto editorial son los libros históricos y biográficos coleccionables, además del periódico deportivo *Ovaciones*, adquirido por el consorcio en 1992 y 1994.

Audio: en esta división encontramos los discos y radio. En el rubro de discos es dueño de las marcas *Discos* y *Cintas Melody*, *Fonovisa* y *Musivisa*. En cuanto a la radio, Televisa es propietaria y opera 17 estaciones que tienen un auditorio potencial de 45 millones de personas, prácticamente la mitad de la población total del país. Las emisoras son: tres de *Amplitud Modulada* (AM) y tres de *Frecuencia Modulada* (FM) en la ciudad de México; cinco de AM y dos de FM en Guadalajara; una de AM en San Luis Potosí y una de FM en Mexicali, así como estaciones repetidoras en Monterrey y Veracruz. Nueve de estas emisoras transmiten con más de 100 mil watts de potencia y dos de ellas, la *XEW-AM* de la Ciudad de México y la *XEWA-AM* de San Luis Potosí, pueden ser captadas en el sur de Estados Unidos¹³.

Televisión pagada: Televisa cuenta con el sistema de televisión más grande de México, *Cablevisión SA* de CV, el cuál, en 1996 contaba con el 17% de total de suscriptores de televisión por cable en el país. En diciembre del mismo año, Televisa proporciona también el servicio de televisión directa al hogar vía satélite (DTH) a través del sistema *SKY* en el cual se encuentra asociados con los consorcios internacionales *News Corporation Limited*, *Organización O'Globo* y *Tele Communicatoins Internacional Inc*¹⁴.

¹³ Ibid.

¹⁴ Ibid., pp. 70

Promoción de espectáculos deportivos y eventos especiales: Televisa es propietaria de los equipos de fútbol soccer América y Necaxa, los cuáles administra a través de una instancia denominada Comité de Fútbol a la que se ha sumado el equipo Atlante propiedad de Alejandro Burillo Azcárraga, alto ejecutivo de Televisa. Los partidos de estos tres equipos fueron realizados en el *Estadio Azteca*, también propiedad del consorcio, además de que en este lugar Televisa organiza conciertos musicales y espectáculos masivos.

Televisa renta la *Plaza de Toros México* en el Distrito Federal para realizar en ellas corridas, novilladas y eventos masivos. Igualmente, produce, promueve y pone en escena obras de teatro en locales de su propiedad como el *Teatro Alameda*.

De igual forma Televisa posee el 51% de las acciones de *Skytel*, empresa dedicada a proporcionar el servicio de mensajes electrónicos personalizados o paging. Otro negocio son los anuncios exteriores, llamados espectaculares.

Televisa produce, a través de su filial Telecine, películas cinematográficas. Con la filial Videocine, distribuye películas en México, entre otras las producidas por el consorcio estadounidense Warner Brothers.

De la misma manera, esta empresa proporciona servicios de doblaje al idioma español de programas de TV extranjeras. El servicio es prestado a sus propios canales como a otras empresas de televisión. Sus instalaciones cuentan con ocho estudios de grabación de diálogos, cuatro estudios de post-

producción, dos estudios de grabación y diez salas privadas de proyección. Esto es sólo una parte de la empresa de medios más grande del mundo de habla hispana y una de las más importantes del planeta.

El 18 de mayo de 1985 se crea el Canal 7, el cuál se iba a situar a las clases populares por lo que el 80% de sus transmisiones estarían destinadas a resaltar los valores nacionales y las manifestaciones culturales y deportivas.

A la televisora se le asignan las siglas XHIMT y como cabeza de una red nacional integrada por las 99 emisoras que hasta ese momento operaban con el nombre de Televisión de la República Mexicana (TRM), tiempo después queda disuelto.

Para 1992, la Unidad de Televisión Educativa (UTE) inició la transmisión de la telesecundaria y otros programas educativos a través del sistema de satélites Morelos. En 1993 pone en marcha su proyecto de transmitir teleconferencias a diversas instituciones de educación en la república.

El 23 de junio sale al aire una nueva televisora cultural: el Canal 22, XEIMT. Aunque este canal operaba desde 1982 como parte del sector estatal de televisión, su transformación en emisora cultural se remonta al 26 de enero de 1991 cuando un grupo de 800 intelectuales mexicanos publicaba en la prensa nacional una carta abierta dirigida al presidente Carlos Salinas de Gortari solicitándole que esa frecuencia no sea privatizada y se le destine, a la difusión cultural.

A diferencia del Canal 11, el 22 cuenta con una concesión cuyo titular es la empresa de propiedad estatal Televisión Metropolitana S.A. de C.V. Su primer director fue el escritor José María Pérez Gay.

El 18 de julio de 1993, después de permanecer más de veinte años bajo la administración del Estado, el Canal 13 de televisión pasa nuevamente al sector privado. Junto con el 13 y su red nacional, son separados el Canal 7 con sus repetidoras en la república y el Canal 2 de Chihuahua. El gobierno tiene que regularizar la situación legal de los canales, es como se crea entonces Televisión Azteca.

TV Azteca comenzó a realizar diversos cambios en su programación, con la finalidad de incrementar sus niveles de audiencia. En 1995 comenzó por competir con uno de los géneros de mayor rating: las telenovelas. Transmitió una telenovela titulada *Verónica: el rostro del amor*, protagonizada por la actriz Verónica Castro, grabada en Argentina y comprada a ese mismo país. La transmisión fue controvertida y fructífero en términos publicitarios, ya que se trataba de una actriz exclusiva de Televisa.

A ellos se añadió la transmisión de la exitosa telenovela colombiana *Café con aroma de mujer*, que se convirtió en uno de los programas con mayor audiencia en TV Azteca. Para mayo de 1996 se anunciaría el lanzamiento de la telenovela *Nada personal*, realizada por la productora Argos y protagonizada por una actriz exclusiva de Televisa, Ana Colchero.

Ante el gran interés por producir telenovelas, TV Azteca inauguró el 24 de mayo de 1996 el Centro Azteca Digital. De la misma forma incrementó su política de contrataciones y se incorporarían los actores Angélica Aragón, Cristian Bach, Humberto Zurita, Damián Bichir y Rogelio Guerra, entre otros.

Para ese mismo año aparecieron programas de nota roja como *Ciudad desnuda*, un programa de tipo labor social, según la televisora. El 4 de noviembre del mismo año, aparecería *Hechos de peluche*, se explotaba la caricaturización de los personajes de la política nacional. Además se añadiría el proyecto de TV interactiva con *Telegana*, un programa de concurso para los televidentes, a través del cuál se podían ganar diversos premios.

Al igual que Televisa es dueño del club América, TV Azteca adquirió en 1995 el equipo de fútbol Veracruz y en diciembre del mismo año anunció su interés por adquirir al equipo Morelia, lo que meses después ocurriría.

Para mayo de 1996, la televisora dio a conocer la creación de su propia disquera llamada *Azteca Music*, con la finalidad de dar oportunidad a los nuevos talentos de la música.

El 16 de diciembre de 1997 TV Azteca realizó su primera transmisión en TV digital desde sus instalaciones en el Cerro del Chiquihuite.

1.2 GÉNEROS TELEVISIVOS

El mensaje televisivo moldea el estilo de vida del espectador, al mismo tiempo que lo introduce en esta realidad de ideas, conocimientos, estímulos, deseos, alimenta nuevas necesidades, provoca fenómenos de unificación cultural y lingüística. La televisión y todos los medios de comunicación de masas son poderosas fuerzas de cambio.

Los programas televisivos, se dividen en seis géneros: Información (noticias y programas de análisis: documentales, magazines, debates, propaganda, etc.), Educación, Ficción (series, telenovelas, series de animación y comedias de situación), Variedades (los talk shows, los reality shows, el concurso, los programas infantiles y el documental de ficción), Deportes y Ventas.

Los géneros televisivos son categorías que muestran los formatos conocidos de los programas de televisión.

Para el autor Gustavo F. Orza el género televisivo es un tipo de unidad de programa que presenta unas características temáticas, estructurales y de estilo. “Tema, estructura y estilo son las tres características estables que presenta un género televisivo; éstas se generan históricamente en el uso del lenguaje audiovisual para la producción televisiva y, por ello mismo, resultan previsibles dentro de la unidad de discurso analizada”¹⁵.

¹⁵ ORZA, Gustavo F. “Programación televisiva”, pp. 122

Los géneros de información son una programación básica en la televisión desde sus inicios. *El noticiero* es un género que muestra sucesos reales en el país y en el mundo. Este tipo de programas tiene una larga trayectoria dentro de este medio, por eso muestra una tendencia muy bien delimitada dentro del mismo.

Este género es muy bien recibido por el público, en cualquier horario, porque mantiene informado al espectador en general de los sucesos más importantes: acontecimientos sociales, políticos, culturales, artísticos, deportivos, climatológicos, internacionales, etc., que afectan a la humanidad.

Su rasgo estructural destaca en la noticia, crónica, informes, reportajes, etc., que son presentados en un orden de jerarquías en donde se organizan los temas según un criterio variado.

Este tipo de programas adquiere relevancia en la televisión mexicana en 1969. El primer programa que apareció fue con Guillermo Vela con “la voz más escuchada en América Latina” con el noticiero General Motors, que pasaba diariamente de 19:45 a 20:00 horas en el Canal 4. Tiempo después en el canal 2 apareció el Noticiero Excelsior. Son los periódicos quienes descubren la televisión como el nuevo medio en el cual prolongar su actividad que, de paso, les mantenía en la presencia del público, y practican en la televisión el periodismo tradicional¹⁶.

¹⁶ CARRANDI Ortiz, Gabino. “Testimonio de la Televisión Mexicana”, pp. 83

Los noticieros no siempre tuvieron un horario establecido por eso buscaban auditorio, se les movió de horario y la extensión varias veces, se pretendía respetar costumbres y horarios como las telenovelas. Una vez logrado el horario adecuado se recurrió a las llamadas telefónicas “si tiene una noticia llámenos” para hacer participe a la población de los sucesos que acontecían en ese momento. Las primeras llamadas fueron hechas por el mismo equipo de producción, para llamar la atención del público y que poco a poco se fuera estableciendo una corriente entre la gente.

Con esto podemos darnos cuenta que los noticieros no han sufrido una transformación en cuanto a estructura, siguen siendo de corte periodístico, lo que sí se ha innovado es la manera de exhibirlos, primero fue la fotografía, la película en blanco y negro, después lo mismo pero con sonido, más tarde el color y el tradicional 16 milímetros.

En este mismo género encontramos *el documental*, el cual, se define por una amplitud de contenidos tan variados como sucesos históricos, la geografía, la naturaleza, la ciencia, la sociedad, el cine, el arte, el deporte, etc. Este género abarca diversas temáticas: la información es unitaria, de profundidad, expositivo y explicativo.

En el documental se muestran lugares, descubrimientos y se cuenta una historia, que se va observando en secuencia, se escucha una voz en off que va narraron cada acontecimiento.

Los elementos, la estructura, lenguaje y géneros del cine documental son tomados por la televisión, con la diferencia fundamental de que un documental concebido para televisión es determinado por el medio y, por lo tanto, su vigencia en el tiempo y su realización son específicas. Muchas veces, por la cantidad de información, se producen varios capítulos¹⁷ .

Los programas de documental se originan de una amplia investigación sobre un tema determinado. Una de las características con las que cuenta este tipo de programas es que a diferencia del reportaje, los temas que se manejan en esta categoría no tienen vigencia temporal, esto quiere decir, que no necesariamente se debe de tratar de noticias del momento.

El *debate* se define por instalar la discusión acerca de cosas, personas, acontecimientos o sucesos más importantes dentro de la sociedad. En su estructura sobresalen el intercambio conversacional, la argumentación, la contradicción y la agresión entre los panelistas, todo va guiando el desarrollo estándar de cada una de las secuencias.

Un programa de esta índole se caracteriza por la presentación de un tema por un ponente, la discusión por los participantes con intervención de un moderador, que puede ser el mismo ponente y termina con una conclusión en general de cada uno de los exponentes.

¹⁷ Ibid., pp.146

El *magazín* es también un programa que cuenta con una larga trayectoria televisiva. El programa trata temas de actualidad especialmente aquellos que estén conectados con actividades de ocio como pueden ser el espectáculo, el corazón, la moda y otros que conectan con la actualidad de sucesos, información en general, salud, etc. Su transmisión habitualmente es por las mañanas.

El autor Gustavo F. Orza menciona que el magazine se define estructuralmente por estar organizado mediante bloques asociados a cada uno de los temas y colaboradores que los van presentando, creando ese efecto de “revista televisiva”¹⁸.

Este tipo de programa conserva su corte informativo, aunque también, puede presentar recursos variados como: música, grandes decorados, escenarios, múltiples, etc., que tienden a crear un estilo espectacular o de show, entretenido, coloquial y a veces emotivo.

Dentro de **los géneros de educación** se encuentran los programas que apoyan con un contenido curricular específico (telesecundaria) o aquellos programas que forman parte de la educación informal (Plaza Sésamo, Odisea Burbuja, etc.).

El autor Mariano Cebrián en su libro de análisis de la información audiovisual en las aulas, muestra tres variables sobre esta categoría:

¹⁸ ORZA, Gustavo F. “Programación televisiva. Un modelo de análisis instrumental” pp. 151

- Programas de funcionalidad curricular. Son los programas que fueron concebidos para la enseñanza-aprendizaje de contenidos formales presentes en los currículos oficiales según los siguientes niveles: inicial, básico, medio, superior, postgrado, formación profesional o formación ocupacional y empresarial de ingresos.
- Programas de apoyo o complementarios. Son aquellos programas que con un tratamiento pedagógico adecuado tratan de ayudar a la enseñanza reglamentada con rumbos motivadores y la aportación de recursos permitidos para su integración en el currículo. Son contenidos estructurales para que cada profesor lo utilice según considere oportuno.
- Programas generales aprovechables para la educación. En este punto nos dice que cualquier programa televisivo puede ser empleado para la educación parcial o total, en algunos casos para el análisis crítico y en otros como ejemplo de una situación o de escenificación de una realidad. Todo programa televisivo conlleva una función educativa o antieducativa según el modelo educativo que se adopte¹⁹.

En la televisión mexicana durante el sexenio del Presidente Miguel Alemán se estableció que se ampliarían las posibilidades en el ámbito educativo y artístico a través de la televisión.

Entre 1959 y 1960, la SEP puso en marcha un proyecto para impartir la educación media básica a través de la televisión, ese proyecto llevó por nombre Telesecundaria.

¹⁹ CEBRIÁN Herreros, Mariano. “Análisis de la información audiovisual en las aulas” pp.114

Por los años sesenta la SEP creó la Dirección de Educación Audiovisual, en la que se trabajó tanto en la dirección de carácter pedagógico-formal del medio, como en el diseño y producción de series de carácter más flexible y ameno, es decir, culturales. Dado que la impulsora del proyecto tiene a su cargo una función esencialmente educativa, el aspecto de la producción cultural quedó un tanto de lado, hasta que a mediados de los ochentas se constituyera la Unidad de Televisión Educativa y Cultural (UTEK). Entre 1982 y 1988, la UTEK no sólo supervisó el aspecto técnico y didáctico de la telesecundaria, sino que su director general, Ignacio Durán, impulsó la realización de diversas series que han sido transmitidas incluso por Canal 11²⁰. Para 1989 el nuevo diseño de telesecundaria se empieza a transmitir por los canales 4 y 9 de Televisa y de Imevisión de la Red Nacional 7.

En 1976 la UNAM firma un convenio con Televisa para producir programas de televisión y proporcionar conocimientos de cultura universitaria.

En **los géneros de ficción** destacan los programas de series, las comedias de situación, las telenovelas y los telefilmes.

En la ficción televisiva se exponen los factores asociados a la periodicidad de cada emisión: diaria o semanal. Además de lograr captar la atención de los espectadores para posteriores capítulos.

²⁰ SÁNCHEZ de Armas, Miguel A. “Apuntes para una historia de La Televisión Mexicana” pp. 299

El autor Orza define dos tipos de ficción, ficción seriada para referirse a los programas cuya estructura narrativa depende más de una emisión concreta de programa. Ficción autónoma a aquellos géneros que ofrecen relatos con final abierto o cerrado, pero con conclusividad en una única emisión de programa²¹.

La telenovela es el género de ficción más socorrido de la televisión, su periodicidad de emisión es diaria, se ha sabido mantener en los horarios de sobremesa o vespertinos y su orientación esta dirigida al consumo de un ámbito doméstico, principalmente al público femenino.

La telenovela, según Orza, ha sido hegemónica en el tratamiento de los temas del “corazón” mucho antes de que aparecieran los programas de prensa especializada o los talk shows²².

Esta categoría remonta sus inicios en 1960. Se basa en la novela, romántica, el matrimonio, la familia y algunas veces en los cuentos. Aborda la problemáticas de la ambición, desesperación, superación, intrigas, etc.

La estructura de la telenovela es que se desarrolla en episodios o capítulos seriados, esto da a que los guiones se estructuran por el total de las series, por bloque de programa y por programa. La mayoría de los capítulos cuentan con una situación de clímax, cuando se trata de un desenlace, se presenta una situación de suspenso coincidente del mismo clímax. En todos los capítulos, a excepción del primero se plantea un resumen del programa anterior, esto le

²¹ CEBRIÁN Herreros, Mariano. “Análisis de la información audiovisual en las aulas” pp. 162

²² Ibidem., pp. 163

permite al espectador retomar las acciones, en este resumen se pueden desarrollar nuevas escenas en donde se incluyan situaciones anteriores o con fragmentos del programa precedente, siempre y cuando se tenga una narración fluida y la acción dramática avance²³.

En cuanto a la *serie* se da la evolución cultural de los programas de ficción hacia territorios más abiertos temáticamente y a diferencia de la telenovela, no sólo va destinado a un público femenino. Su emisión es semanal y sus horarios son vespertinos o nocturnos.

La característica principal de la serie filmada o grabada corresponde al recurso unitario de las situaciones temáticas o dramáticas. Su estructura es por programa, por bloque de programa y por el conjunto que representa la serie.

La serie es de tradición americana, esta basada en historias autónomas y esta protagonizada por un personaje o un grupo de personajes. Se distingue por presentar una frecuencia de emisión semanal, esto obliga al espectador a ver los capítulos previos para poder comprender el sentido global de la narración. Lo que en todo caso el espectador sí debe conocer es el sistema de relaciones que une a personajes, objetos y lugares.

Los recursos propios de la serie son: el registro trágico, dramático o cómico de los decorados, escenarios exteriores, vestuario, maquillaje, música, luces,

²³ LINARES, Marco Julio. "El guión. Elementos-formatos-estructuras" pp. 144

planos, secuencias, etc. El estilo que prevalece en la serie, surge a partir de la temática central del programa.

La comedia de situación (sitcom, para los americanos) cuenta con los recursos estéticos como el absurdo, el grotesco, la parodia, la ironía, la paradoja y el doble sentido. Se basa en lo cómico: confusiones, malos entendidos, convivencia entre amigos, el ámbito laboral y familiar.

La “comedia familiar” (propia de las décadas de los 60 y los 70) es un claro antecedente de lo que hoy llamamos sitcom y se manifiestan relaciones de derivación a través de la permanencia del tema “familia”. No obstante, el campo de acción se ha ampliado más “modernos” como el trabajo, la convivencia escolar o entre amigos²⁴.

La organización narrativa seriada se remite a que la comedia de situación construye una odisea de personajes capaces de traspasar los propios límites de una narración puntual, convirtiéndose en la propia estructura del programa y de los múltiples relatos que se irán recreando. La frecuencia de emisión semanal, descarga en el telespectador la densidad de un seguimiento diario sobre la evolución narrativa²⁵.

En este género encontramos también a *las películas*, son filmes que ha ocupado un gran número de horas en la pantalla. Transmiten producciones extranjeras, mexicanas y animadas para el gusto de los niños.

²⁴ ORZA, Gustavo F. “Programación televisiva. Un modelo de análisis instrumental” pp. 168

²⁵ Ibidem.

Para la gente que no le gusta ir al cine o sólo para pasar un día familiar, las películas transmitidas por la televisión son historias ficticias que a través del diálogo y las acciones que ocurren dentro de la misma, sirven de entretenimiento para la población.

Además de los programas de información la televisión necesita dar entretenimiento a sus televidentes para así lograr tener una mayor influencia en el público, esto se le atribuye a **los géneros de variedades**, en donde encontramos principalmente a los *programas de concurso*.

En el concurso de saber se muestra la información de campo de referencia externa como las preguntas y respuestas, los paneles de películas, deportes, naturaleza, las pruebas numéricas o de memoria, etc., preguntas de cultura general como cine, historia, televisión, geografía, teatro y música. En esta categoría el participante tiene que atravesar todas estas pruebas para poder obtener un premio.

El concurso crea, también, un universo ficcional que narra la evolución del concursante (muchas veces en directo) y al que dota el estatus de personaje²⁶.

El concursante a veces debe de actuar en determinados roles pautados como son: responder, aplaudir, conversar, alegrarse por ganar, entristecerse por perder, atreverse, reírse, hacer bromas, llorar, sorprenderse, etc. Algunas

²⁶ Ibid., pp. 174

veces los mismos conductores recurren a las bromas y a la risa como muestra de apoyo para el concursante.

En el concurso de destreza física el o los concursantes ya no responden preguntas, sino que muestran sus habilidades físicas, sensorial o de práctica. La elaboración de acciones desplazadas en el escenario o escenografía preparadas para el juego acentúa la curva narrativa del concurso y somete al concursante a ese doble juego del telespectador, decidir a su favor o a su contra.

El concurso de destreza física refuerza aún más su carácter de ficcional ya que establece una serie de ingredientes que tienden a la creación marcada de un mundo posible, la intriga sobre la posible ejecución de unas acciones, la ejecución de las acciones, el triunfo o la derrota²⁷.

La evolución de los programas de concurso de pregunta y respuesta convirtió la estructura lineal de los viejos concursos radiofónicos en un soporte muchos más complicados para las personas que participan en ellos, combinan la habilidad con la suerte para llegar a la meta.

Además del concurso están los *programas infantiles*, adoptan vínculos propios de un show para niños, ya que muchas veces los personajes participantes son de la misma edad de los niños a los que va dirigido el programa.

²⁷ Ibid., pp. 176

Las *series de animación* son productos nacionales o extranjeros de animación que han sido producidos para la televisión. Este tipo de programas presentan un tipo de ficción que pueden ser catalogados como serial (Heidi), autónoma (Mulan de Walt Disney) o serial-autónoma (Los Simpson)²⁸.

En este tipo de programas las producciones que se utilizan son técnicas de animación en computadora y presenta hechos de ficción a través de historietas.

Los *reality show* se caracteriza por hacer de la realidad un espectáculo televisivo. Una realidad que se basa en la vida cotidiana de la gente común, traspasa las barreras de la intimidad para convertirse en un producto vendedor de las cadenas televisivas. De este modo se produce una nueva relación entre el público y la televisión, ya que la gente común se vuelve en el protagonista del programa.

El origen de estos programas se produce en los años 80, aunque hay antecedentes de que en la televisión americana en 1952 surge un programa llamado This is Your Life, así como en Alemania como Dossier xy (1967). Mientras que los programas americanos se caracterizan por el protagonismo de la gente común, los europeos se apoyan más en su colaboración para poder resolver los casos propuestos²⁹.

Los reality show son más baratos que un programa de serie de ficción, por eso han tenido mucho auge dentro de la televisión. Ofrecen una variedad de

²⁸ Ibid., pp. 171

²⁹ SALÓ, Gloria. “¿Qué es eso del formato? Cómo nace y se desarrolla un programa de Televisión.” pp. 17

temas y lenguajes como la solidaridad, los buenos sentimientos, el concurso, relaciones personales y los testimoniales.

El programa aborda todo tipo de temática representativa de la violencia, del escándalo o de carácter privado como son: el sexo, la muerte, la vida doméstica, el amor, del mundo policial, el deporte, la violencia, el espectáculo, etc. Estos pueden ser tanto del ámbito privado como del público.

El reality busca conmover al telespectador usando los siguientes recursos: montajes paralelos, cámara subjetiva, dramatización de imágenes, uso de música de suspenso, etc.

En este género también se sitúa el *talk show*, en este tipo de programas la acción es sustituida por la palabra de los invitados que narran asuntos personales, acompañada de una dramatización por ellos mismos.

El talk show aborda todo tipo de temática, además su estructura va en torno a la narración en primera persona de cada protagonista. No se necesita una buena historia, lo que se busca es que el participante cuente los hechos en orden, con lógica y no empezar por el final.

El estilo que busca este tipo de programas es conmover al espectador con las narraciones, reconstrucciones y dramatizaciones que el personaje proyecta. Logrando así una estética ficcional por sobre la referencial³⁰.

³⁰ ORZA, Gustavo F. "Programación televisiva. Un modelo de análisis instrumental" pp. 185

Los programas musicales son todas aquellas producciones que toman a la música como su eje central, las transmisiones pueden ser desde conciertos en vivo o grabados hasta programas de videoclips.

Los campos musicales que se retoman son: música clásica, ópera y zarzuela, música ligera con actuaciones en estudio, jazz, folklore, flamenco, danza, ballet.

Durante los años sesentas Televisa contaba con la colaboración de Raúl Velasco conduciendo programas como “Media noche”, “Domingos espectaculares” y el ya famoso “Siempre en Domingo”. Este último fue el programa musical más popular de habla hispana, en sus inicios su transmisión fue de nueve horas de duración con sesiones dedicadas al folklore nacional en una cápsula titulada *México, magia y encuentro*.

Siempre en Domingo hizo desfilar a prácticamente todo el elenco latinoamericano de músicos, cómicos y cantantes. Además de cantantes españoles, europeos y latinoamericanos que asistían a este programa para consolidar sus giras o presentaciones nacionales.

Los programas de variedades reúnen un conjunto de contenidos bastante diferenciados que abarcan el humor, la magia, las actuaciones artísticas en estudio, los juegos, los concursos de habilidades, memoria y adivinanza, el circo, etc.

En **los géneros de deportes** existen dos tipos de programas: las transmisiones de los juegos deportivos y los comentarios sobre los mismos.

Los programas deportivos se abocan a la labor de comunicar a la audiencia sobre los acontecimientos deportivos más importantes para la comunidad. Estos programas representan un alto porcentaje de audiencia en la programación del fin de semana en los canales de televisión.

En los programas de comentarios deportivos, los conductores han tendido alguna relación directa con el deporte para poder analizar los partidos, competiciones y eventos, esto para poder dar una crítica constructiva sobre los mismos.

En **los géneros de ventas** sobresale el telemarketing. Son programas televisivos que buscan vender diversos artículos como: casas, automóviles, electrodomésticos, ropa, adornos, etc.

La *publicidad televisiva* ofrece la ya clásica publicidad de productos o servicios y la publicidad corporativa o institucional, en esta última el producto es remplazado por la idea de una institución, corporación o empresa.

Cuando una institución quiere publicar algún servicio, la televisión vende espacios comerciales catalogados por índices y perfiles para que pueda mostrar sus productos. De la otra forma la televisión utiliza sus propios

espacios publicitarios para comunicar sus programas y programaciones del día o de la semana.

La estructura de la publicidad puede ser de corta duración, se da esta distinción para que se pueda diferenciar entre la publicidad de productos y la publicidad institucional. En la publicidad de un producto, las secuencias y el tiempo de la publicidad suelen ser breves y están relacionados con el impacto y los altos costos de la emisión televisiva. Cuando se trata de publicidad institucional el tiempo de la publicidad es más extenso, dada la amplitud conceptual del objeto de comunicación empresa/institución³¹.

La publicidad en televisión podía tener estructuras simples, puede distinguirse en el campo de la oferta y la demanda a una serie de actores importantes. En todos los países, el rating por gastos en el medio está ocupado por grandes multinacionales, que comparten puestos con algunas empresas nacionales. Muchos de estos sectores cuentan con sus propios departamentos o filiales publicitarias.

Por otra parte la *publicidad institucional* se destaca por ser de una mayor duración que la publicidad de producto. La secuencia y el tiempo de la publicación suelen ser más largos, pues están relacionados con la necesidad de ofrecer una serie de datos o informaciones exigidos por la campaña de comunicación empresarial. La estructura de este tipo de publicidad resguarda la forma argumentativa propia de todo producto publicitario

³¹ Ibid., pp.157

La publicidad institucional suele focalizar mucho más los componentes referenciales del mensaje que los no referenciales³².

Esta categoría pretende popularizar a la empresa fabricante del producto o realizadora del servicio anunciado, para crear un clima de confianza o simpatía para el consumidor o usuario.

Por último se encuentra la *propaganda*. Esta es diferente a la publicidad, ya que en esta no se tiene la finalidad de una intención comercial. El autor Gustavo F. Orza dice que la propaganda es uno de los pocos géneros que conservan en su matriz la idea de cumplir con una función que podemos definir como de servicio público³³.

Este género enfrenta problemáticas sociales consideradas como graves dentro del entorno social en el que se encuentra. Los temas que trata la propaganda son cuatro el sanitario: SIDA, droga, tabaco, cáncer, alcohol, etc. El doméstico: maltrato infantil, violencia juvenil, maltrato a las mujeres, accidentes en el hogar, etc. El vial: educación vial, accidentes de tránsito, etc. Por último el solidario son: las ayudas a tercer mundo, a entidades que colaboran con discapacitados físicos o mentales, etc.

El objeto de la propaganda es persuadir a la humanidad para que se informe, denuncie, colabore o se eduquen. La propaganda no busca vender algún productor, sólo busca informar.

³² Ibid., pp.159

³³ Ibidem.

Su estilo es recurrir al uso creativo de elementos visuales, sonoros, gráficos o lingüísticos, con la finalidad de otorgar impacto y originalidad al mensaje. En este tipo de anuncio se puede recurrir a imágenes de violencia o rechazo al receptor.

La propaganda es utilizada más en mensajes de partidos políticos, los candidatos la utilizan sólo para desacreditar a su contrincante. La televisión no utiliza el término propaganda, sus programas dedicados a las campañas electorales las denominan programas electorales, debates electorales o información electoral, se trata de disfrazar la realidad con términos que suenen mejor.

La propaganda política, cultural y social emergen con fuerza la recopilación de valores en las actividades de hechos noticiales o bien contratados directamente con los canales de televisión para que resalten los valores que desean promover.

1.3 LOS PROGRAMAS DE CONCURSO EN MÉXICO

Hay que tener en cuenta que los programas de televisión son frecuentemente la reelaboración de guiones de espectáculos o de juegos populares o de salón ya conocidos, que cada aparato adapta a sus propias exigencias. Es típico el caso de los concursos que dominan sin competencia a nivel internacional, desde hace más de un decenio, a finales de la década de los cuarenta hasta comienzos de los sesenta. El concurso es el espectáculo central de la televisión cuando la escucha del público es colectiva, nace y se desarrolla en un periodo en que no existe la posibilidad de grabación magnética y exalta con frecuencia, al realizarse en directo, la espontaneidad y lo imprevisto.

El concurso se basa en la pregunta-respuesta de tipo escolar, extrayendo de la experiencia cotidiana una serie de indicaciones y de propuestas, transformándolas y organizándolas después en programas bien definidos. Encontramos en ellos una serie de figuras y de personajes fijos: presentadores, azafatas, invitados de honor, cómicos, cantantes, etc.

Los mecanismos del juego son parte fundamental del espectáculo, esto es, cuando no hay obstáculos notables, se da lugar a incidentes: por ejemplo, una discusión sobre una pregunta o una respuesta, el recurso a los jueces del concurso, etc. A veces, el incidente es provocado para superar momentos de aburrimiento.

Gran parte de las emisiones están elaboradas según un esquema ya tradicional (estructura): al comienzo se presenta una situación tranquila, de perfecto equilibrio; después se produce un incidente (la ruptura del estado de equilibrio); por último, se restablece. En el caso del concurso, esta recomposición se alcanza casi siempre a través de la intervención de los jueces, situados generalmente al margen del escenario. Hasta hace pocos años sólo se oía la voz, pero recientemente han adquirido un rostro y han entrado directamente a formar parte del espectáculo visual.

Los programas de concurso constituyen perfectas imágenes de la sociedad en que vivimos con sus gradaciones de victorias y de derrotas, de alegrías y de sufrimientos. Todo se hace depender de la sabiduría, de la habilidad o de la suerte de los individuos en el marco de una ley inviolable e indiscutiblemente justa (el reglamento) que es totalmente tranquilizadora. Los concursos han ejercido y continúan ejerciendo una gran influencia educativa; representan auténticos elementos de unificación cultural, de confirmación de determinados comportamientos y de formas de pensar.

Para Carlo Solarino, autor del libro *Como hacer Televisión*, estos tipos de programas “son un juego con premios con el concurso de participantes voluntarios. Puede estar basado en dos fórmulas distintas: el simple conocimiento de un tema demostrado por el concursante, o confrontación y reto entre concursantes que, además del conocimiento del tema, deberán poseer dotes personales de habilidad y rapidez. Conducido casi por completo con temas en vivo, sobre todo por la tensión y participación que suscita”.

Los programas de concursos plantean una especie de juego: una forma de conducta diferente a la habitual y un modo de relacionarse con el mundo, separados del espacio y tiempo de nuestras realidades. Claro que el espacio de la emisión que se abre en la televisión tiene sus particularidades. Ahí se pueden reconocer algunas reglas del juego, pero también reglas del espectáculo que están al servicio de los fines comerciales que inspiran estas exposiciones. La televisión suele armar una escena donde se mezclan al azar las habilidades y los conocimientos con los aspectos más tradicionales y característicos del show televisivo: música, luces, colorido, humor, publicidad, etc., todo al servicio de un imaginario televidente que debe ser retenido frente a su pantalla.

El concurso tiene una característica que lo distingue de los demás géneros televisivos: consta de dos tipos de público, el asistente al estudio y el televidente. En el estudio se utiliza al público para que anime y apoye a los concursantes, al público televidente se le pide que participe llamando a un número telefónico para que de esta forma también pueda obtener algún premio al responder o adivinar alguna pregunta antes que los concursantes del estudio lo hagan.

Benassini Félix, Claudia en el libro *Metamorfosis de la TV* menciona que los programas de concurso poseen las características de redundancia, modulación y fragmentación narrativa. *Redundancia*, manifestada en la semejanza de la estructura propia de cada programa. *Modulación*, cada segmento que integra un programa muestra la combinación de variación e identidad que confieren

una dependencia relativa a cada programa. Por último, *Fragmentación* narrativa como producto de la modulación y de las necesidades de adaptarse a las leyes del mercado vía los espacios publicitarios: cada segmento del concurso tiene una determinada duración que debe ser respetada por el discurso mismo³⁴.

Desde que la televisión mexicana comenzó sus transmisiones oficiales en 1950, los programas de concurso han sido uno de los formatos más rentables y populares para la audiencia: "Sube Pelayo Sube", "Dr. IQ", "La hora del gane", "Juan Pirulero", "Adivinen mi chamba". "Pesos por palabra" y hasta la famosa "Catafixia" de Chabelo son algunos de los más populares concursos del pasado³⁵.

A fines de la década surgió "*Buscando estrellas*", cuyo éxito se había probado en la radio y mostraba posibilidades de desarrollarse en la televisión con distintos tipos de participantes, como fue el caso de estrellas infantiles. En la actualidad, los aficionados conforman una buena parte de los programas de concurso y en esencia su estructura se mantiene igual. Sin embargo, en los inicios del género los triunfadores tenían la posibilidad de ser lanzados al estrellato, mientras que en la actualidad se conforman con más de una presentación frente a las cámaras. Como fue el caso de "*Buscando una Estrella*" en Televisa. A los participantes se les invitaba al escenario a demostrar sus dotes de cantantes, el público se encargaba de elegir a su

³⁴ GÓMEZ Mont, Carmen (Coord.). *La Metamorfosis de la TV* pp.113.

³⁵ De "Sube Pelayo sube" al "Llame ya" www.ehui.com

favorito y algún premio sería grabarles un disco o pasar hacer parte de los actores infantiles de la misma televisora.

La mayoría de los concursos de la primera época de la televisión tenían un patrocinador; una forma comercial o un producto que compraban espacio para transmitir un programa que era producido por el departamento de publicidad del patrocinador o por la agencia misma: *El profesor Colgate*, *Hitazo Royal* y *Estrellas Infantiles Toficos*. La situación se modificó a mediados de la década de 1960, cuando los ejecutivos de Telesistema Mexicano –hoy Televisa– comenzaron a producir sus programas, vendiendo únicamente a la agencia el tiempo de la publicidad.

Históricamente han sido menos los concursos que premian el conocimiento. El caso más famoso es “*El gran premio de los 64,000 pesos*”, semejante de otro producido en Estados Unidos, conducido por Pedro Ferriz Santa Cruz, periodista mexicano, nacido en Piedras Negras, Coahuila, con más de seis décadas de carrera en los medios de comunicación de México. En el programa participaban expertos en diversos tópicos haciendo gala de sus conocimientos, además de tener la oportunidad de ganar la cantidad de dinero indicada en el título del programa. Se transmitía por temporadas; de telesistema Mexicano pasó a Televisa y de ahí a la televisión estatal, en donde sobrevivió a la privatización y en marzo de 1994 finalizó su ciclo. Otro programa fue “*Con cursor, de corta vida*” que se transmitió por el canal 13 cuando era estatal, durante la segunda mitad de la década de 1980 y que buscaba aprovechar el furor de las computadoras que se iniciaba en ese momento. Un programa más

reciente es “*A la cachi, cachi, porra*”, transmitido por el canal 11 del Instituto Politécnico Nacional. En él se alternan las rutinas deportivas con preguntas sobre diversos temas; participan estudiantes de vocacionales y escuelas incorporadas al IPN (Instituto Politécnico Nacional).

El caso de “*Juan Pirulero*”, conducido por Luis Manuel Pelayo, fue objeto de controversias tanto por el tipo de concursos que organizaba como por la forma de relacionarse con los participantes. Se mantuvo al aire por más de cinco años al principio de la década de 1970; posteriormente Sergio Peña, su productor, retomó la idea en “*La hora del game*”, transmitido desde Televisa Guadalajara entre 1986 y 1987, *A todo dar*, que inició transmisiones a través de Televisión Azteca cuando era estatal y un año después de su privatización desapareció. Otro ejemplo fue *Todo es ganancia*, conducido por Ángel Fernández y Patricia Panini en el canal 13 durante la década de 1970, que recordaba mucho el estilo de los programas norteamericanos.

“*Sube Pelayo Sube*”, donde cada tarde decenas se daban cita al teatro estudio “A” de Televicentro para buscar competir por un juego de comedor, una despensa y otros accesorios para el hogar. En uno de los concursos los padres de familia trataban de ascender a través de una resbaladilla encebada y alcanzar a uno de los hijos o familiares colocados en la parte más alta de esta. La emoción y las porras encendían el ánimo de los participantes que muchas veces salían con lágrimas por la derrota o igualmente por haber ganado algo que le hubiera costado un año de su salario, en solo unos minutos.

"*Fiebre del 2*", era un programa conducido por Fíto Girón y Graciela "Chela" Branniff, a finales de los setentas y transmitido todos los sábados de 8 a 10 de la noche, después fue reducido simplemente a *Fiebre*. El concepto de Fiebre era poco original, se remontaba a esos concursos de baile popularizados por American Bandstand, de Dick Clark. La diferencia es que el fondo era únicamente música disco, cantada en inglés. La ola disco de esa época mostraban la diferencia entre la clase media y media alta de México³⁶. Este programa se puede marcar como el antecedente de "*Bailando por un sueño*" y "*Bailando por un millón*", mismos que son copias de conceptos televisivos que se transmiten en España, Italia e Inglaterra. En la cuestión artística un programa de concursos que marcó a toda una generación fue "*Juguemos a cantar*" conducido por Lucero y Graciela Mauri, programa en donde los concursantes interpretaban canciones conocidas y el premio era en efectivo, además de lograr salir en televisión para que si algún productor se interesará en ellos y les pudiera grabar un disco.

"*En familia con Chabelo*" conducido por Javier López "Cabelo", es el más antiguo programa de concurso de la televisión mexicana, a permanecido en el gusto de la gente por más de 37 años, además de que ha innovado diversas modalidades: su duración de tres horas, su horario matutino dominical, lo más importante son los patrocinadores que son, desde hace décadas, la razón de ser del programa. Espacio en el que aprovecha a los niños como consumidores cautivos de los productos que promociona. Se trata de productores de comida chatarra cuyos principales consumidores son los niños. Retomando una idea

³⁶ totally80s.forosgratuitos.net/.../fiebre-del-2

de los primeros años de los concursos por televisión, los productos patrocinadores a menudo se erigen en los actores principales de las rutinas de concurso. Esto ha sido imitado por otros programas como “*Vamos a jugar jugando*”, que inició transmisiones a través de Guadalajara, pasó a la Ciudad de México y finalizó su ciclo en enero de 1995.

Desde principios de la década de 1970, modalidades como la televisión por cable y Multivisión han permitido que el televidente mexicano acceda a programas fundamentalmente procedentes de cadenas norteamericanas. Esto ha favorecido la repetición de concursos como *Fun house*, *Price is right* y *Wheel of fortune*, cuyo homónimo mexicano se comenzó a ver en marzo de 1995 en el canal 2 de Televisa con la actriz Laura Flores- todos por Cablevisión y Multivisión, además de que esta última transmite también *Supermatch*, de factura australiana. Televisión Azteca transmite *Xuxa Park*, producido en España, *Nubeluz* programa peruano muy conocido en Sudamérica y *El juego de la Oca*, programa emitido desde Madrid, España de 1993 a 1995, con una segunda emisión en 1998 como *El nuevo juego de la oca*.

Desde 1995 los programas de concurso que se producen y transmiten en México son supervisados por un Interventor de la Secretaría de Gobernación, encargado de verificar la legalidad de los concursos. Finalmente, los programas de concurso han ido modificando su lógica, en términos de promover una mayor participación del televidente.

A mediados de los años ochentas, los programas de concursos por televisión tuvieron un declive, marcado en mucho por políticas de la secretaría de gobernación. Por esa razón los programas de éste género, pasaron a ser protagonizados por los mismos artistas y los ganadores donaban el premio a instituciones de beneficencia.

En 1987, Kippy Casado hizo acto de aparición desde Guadalajara Jalisco con un programa llamado: "La hora del gane", retomando un poco de los viejos programas de concursos cuya formula tuvo mucho que ver para su perfección el señor Sergio Peña, esposo de Kippy Casado. De "*La hora del gane*" se desprendieron frases como la famosa "Gurrumina", un pequeño gorrión que sacaba premios de su jaulita, también "El duende", "El hombre del corbatín" y sus edecanes eran unas mujeres muy atractivas para el deleite del público masculino.

TVO fue considerado un clásico de la televisión mexicana de la década de los 90's, gracias a él saltaron a la fama dos jóvenes conductoras: la muñequita del pastel Gabriela Ruffo y la muñequita viviente Liza Echeverria. Fue transmitido con mucho éxito por aproximadamente un año y ocho meses (388 capítulos), fue dividido en tres etapas cada una con un CD diferente y juegos diferentes pero sin cambiar los clásicos concursos.

TVO fue muy popular en su época gracias a Gaby Ruffo, Liza Echeverria y las TVEITAS (edecanes), pues en cada emisión del programa salían vestidas con diferente ropa y con unos muy pequeños shorsitos.

TVO fue transmitido en 1991 y 1992 de lunes a viernes a las 4 de la tarde por el canal de las estrellas y tuvo mucho éxito. Los lunes, miércoles y viernes era conducido por Gaby, los martes y jueves por Liza.

Con el éxito de TVO, Gaby, Liza y las Tveitas participaron en un CD navideño e hicieron presentaciones por todo el país. En 1995 gracias a su gran éxito, el programa fue repetido por el canal 9.

En diciembre de 1992 el canal 2 de Televisa inició las transmisiones de “*Sábado Gigante*”, programa que inicialmente se veía a través de Multivisión, sistema televisivo de señal restringida. Conocido en gran parte de América latina, *Sábado Gigante* ofrece también premios atractivos en sus diversos concursos, pensados para participantes de diversas edades. Además, cuenta con una estrategia para que participen latinoamericanos de diversos países, incluyendo los que viven en Estados Unidos.

En junio de 1993 se iniciaron las transmisiones de “*El Club de Gaby*” por el canal 2, aprovechando el éxito que Gaby Rivero su conductora había alcanzado a través de telenovelas como Carrusel y Carrusel de las Américas. Con duración de dos horas, el programa se dirigía sobre todo a niños pequeños, para los que organizaba concursos en donde participaban algunos de los productos patrocinadores. El programa finalizó el 5 de diciembre de 1994, aduciendo problemas presupuestales.

"*Basta*" y "*Corre GC Corre*" programas muy divertidos para la familia pero en particular para los niños, porque eran conducidos por la botarga famosa de los años 80, el gato GC. Además de los extranjeros como "*El juego de la Oca*", este concurso es semejante al juego de mesa del mismo nombre, los jugadores tienen que recorrer todas las casillas del juego y pasar por todas las pruebas que se ponen, el primero que llegue a la meta es el triunfador, este programa fue de gran éxito a principios de los años noventa.

En el Canal 13, Juan José Peña, el hijo de Kippy Casado, hacía lo suyo en un programa que le dio la batalla a "*Llévatelo*" aunque sus premios y producción eran sencillos en comparación con el "glamour" de Televisa. El programa se llamaba "*A todo dar*" y duró al aire hasta que llegó la privatización de Televisión Azteca.

Gracias a que se siguen produciendo programas de concursos para el entretenimiento del público, la gente se siente importante y afortunada por el tipo de premio que reciben, ya que algunos son de carácter económico y otros son propiedades o artículos para remodelar o amueblar sus viviendas.

Entre junio de 1993 y marzo de 1995 aparecieron programas como "*Llévatelo*", conducido por la actriz Gabriela Rufo y Paco Stanley, este último se encargaba de ponerle el fulgor al programa con sus comentarios y chistes que de repente les hacía a los concursantes. Buscaban innovaciones como el concurso en locación incluyendo ciudades del interior del país, otorgaban

espacio a la Lotería Nacional para la realización de concursos conjuntos y en el tipo de premio otorgado a los concursantes.

En años recientes, Televisa y TV Azteca carecen de ideas frescas respecto a este género, pues acuden al recurso de comprar los derechos de ciertos programas estadounidenses y españoles, haciendo de ellos meras copias.

Esto se refleja hace pocos años, cuando aparecieron en la televisión: “*La rueda de la fortuna*” (“The wheel of fortune”) con Laura Flores, este programa trata sobre tres participantes que se van rolando según vayan adivinando consonantes en un panel en donde aparece una oración con un tema específico, se va sumando una cantidad de dinero a cada participante, estos números se encuentran en la ruleta y dependiendo la consonante que adivinen se suma la cantidad de dinero que haya caído en la ruleta, al final el participante que obtenga la mayor cantidad pasa a una ruleta especial en donde se le da un tiempo determinado para que adivine una oración final y gané lo que aparece en un sobre cerrado que escoge el participante en donde se encuentra más dinero o un automóvil último modelo. “*Atínale al precio*” (“The Price is right”) con Marco Antonio Regil, en este concurso los participantes tiene que adivinar o por lo menos acercarse al precio del producto que se les presenta, al final del juego gana el que logró sumar más puntos y adivine el último precio del paquete que se puede llevar a casa. “*Jeopardy*”, logro un éxito por más de 30 años en Estados Unidos con el conductor Alex Trebek, aquí en México fue conducido por el actor Omar Fierro, es un concurso de preguntas basadas en historia, literatura, cultura, ciencia. Cada día participan tres

concurantes que dispondrán de hasta 61 pistas planteadas en forma de respuesta a la que ellos deben responder en forma de pregunta para ir ganando dinero³⁷, es un programa divertido y para toda la familia, nada más que la versión con Omar Fierro no fue tan exitosa como lo ha sido en Estados Unidos.

Después le siguió “*100 mexicanos dijeron*”, copia del programa de los años 70 “Family Feud”. Este programa era para todo público, conducido por Marco Antonio Regil, conductor de la televisión mexicana, nacido en Tijuana. Las familias que participaban podían ganar hasta \$600,000.00. Este programa probablemente sea el más adictivo en la historia de los programas de concurso, es ágil, divertido, sano y sobre todo familiar. En más de 20 países, durante las 2 últimas décadas, se ha convertido en uno de los programas más vistos en la televisión mundial.

Mientras Televisa se ha basado en formatos de Estados Unidos, Televisión Azteca busca en España programas con mecánicas un tanto no convencionales, como los programas “*Gente con chispa*” con Alan Tacher o en “*Sexos en guerra*” con Ingrid Coronado y Fernando del Solar, en ambos programas los participantes eran actores y cantantes de la misma televisora, se trataba de irse a divertir y apoyar a los concursantes, al final del programa el participante o equipo ganador se llevaba algún premio como una playera o artículos de algún patrocinador y el perdedor se llevaba un pastelazo o regaderazo.

³⁷ 'Jeopardy' llega a España <http://www.realarcade.com/game?>

En Antena 3 y Televisión Española se pueden observar gran variedad de programas de este tipo, desde el atrevido “¿Quién dijo miedo?” hasta “El Gran Prix” de TVE.³⁸

¿Quién dijo miedo? En este concurso competían dos equipos de famosos (masculino y femenino), es tan sólo el resultado de una transacción entre espectacularidad y dinero, el slogan del programa es “Todos tenemos un precio para hacer cualquier cosa”. Para que ese precio no sea excesivo, este programa selecciona cuidadosamente a sus participantes e incluso cuenta con un médico en el escenario³⁹.

El Gran Prix es un Torneo televisivo en el que participan numerosos pueblos de la geografía Española, quienes tendrán que pasar por pruebas como los juegos de la vaquilla, los bolos, los aguadores y la rampa. También se sometían a preguntas culturales y demostraban su habilidad para así conseguir un puesto en la gran final, de la que saldría el equipo campeón. Cada uno de los pueblos estaba apoyado por su alcalde y un invitado famoso que ejercía como padrino del equipo. El ganador del octavo torneo GRAND PRIX obtendrá un premio en efectivo y un trofeo acreditativo. El finalista, por su parte, obtendrá otro premio en efectivo y el correspondiente trofeo⁴⁰.

En Televisión Azteca se transmitió un programa divertido y dramático llamado “*La silla*”, un juego de preguntas y respuestas en el que cada participante pone a prueba sus conocimientos y la capacidad de controlar sus emociones.

³⁸ De "Sube Pelayo sube" al "Llame ya" <http://www.ehui.com/>

³⁹ LACALLE, Charo. “El espectador televisivo. Los programas de entretenimiento” pp. 108.

⁴⁰ Gran prix www.tvazteca/espectaculos

El objetivo del concurso es responder correctamente 7 preguntas de conocimiento general, manteniendo su ritmo cardiaco por debajo de su Límite Rojo y así ganar 250,000.00 pesos. Además, cada participante deberá sobreponerse a los Detonadores Cardiacos que aparecerán para comprobar su capacidad de control, estos son animales, lumbre, sierras u otros objetos, que se les acerca a los concursantes para ponerlos nerviosos y demostrar que tanto se pueden controlar, sin embargo, al contestar incorrectamente alguna de sus preguntas La Silla lo habrá derrotado y será eliminado del juego, dando paso a un nuevo participante.

La Silla (The Chair) fue transmitido por primera vez en enero del 2002 en los Estados Unidos y se ha producido en más de 25 países alrededor del mundo, entre ellos: España, Inglaterra, Rusia, Turquía, Grecia, Francia, Bulgaria, Alemania y Nueva Zelanda⁴¹.

Otro programa fue "*El rival más débil*" (The Weakest Link) un juego basado en preguntas y respuestas, en el cuál un grupo de desconocidos trabajaban en equipo; ronda a ronda, el objetivo era contestar el mayor número de preguntas dentro de un tiempo límite para ir sumando una cantidad de dinero, pero sólo uno de ellos sería el ganador llevándose a casa el premio en efectivo, los demás se irían sin nada, al ser eliminados uno a uno en la votación para elegir al rival más débil, que no necesariamente resulta ser el más inteligente en sus respuestas.

⁴¹ La silla www.tvazteca/espectaculos

La conductora de este programa es la actriz Montserrat Ontiveros. Este formato de programa ha tenido éxito en países como Australia, Bélgica, Dinamarca, Finlandia, Francia, Alemania, Grecia, Hungría, Irlanda, Italia, Nueva Zelanda, Rumania, España, Turquía, Estados Unidos y México.⁴²

Pero también existen aquellos creados e ideados en México, aunque influidos por otros programas de concursos, como "*Apantállame*", el cual combina diversas mecánicas, desafiando los conocimientos de los concursantes acerca del entretenimiento y el ya clásico "*A la cachi cachi porra*" de Once TV, donde el conocimiento y la destreza de los concursantes son puestos a prueba, porque en este caso participan estudiantes de nivel superior del Instituto Politécnico Nacional.

En el programa de "*Vida TV*", por principio los concursantes eran siempre personas de bajos recursos, con características físicas de las cuales siempre terminaban haciendo burlas, los concursos eran evaluados por personajes como una bruja, luchadores, actores de segunda o conductores de programas de chismes. En este caso los premios eran divertidos y los castigos iban desde perder el cabello, hasta tener que comer extrañas mezclas desagradables.

La enfermedad de un niño, problemas intrafamiliares, la muerte de un ser querido, discusiones entre pareja, familias donde ha faltado el padre o la madre, infidelidades; todos son temas reales que nadie intenta ocultar, pero también son utilizados como centro de atención en programas como "*Bailando*

⁴² El rival más débil www.tvazteca/espectaculos

por la Boda de mis Sueños”, en donde la pareja participante baila y trata de ser el mejor bailarín para cumplirle los sueños de la institución o familia que estén representando, pero sin antes mostrar al público la tragedia que los está angustiendo.

En cuanto al programa “*La Academia*”, se trataba de no perder rating, es por ello que se encargaban de buscar entre sus participantes una historia de defectos y sufrimiento, para que estos terminen siendo más grandes que las cualidades de voz y baile.

En los programas citados se muestra la pérdida total del respeto a la integridad de las personas; lo preocupante es que ahora programas como “*Disco de Oro*” que han intentado distinguirse por la calidad, el buen gusto y la formalidad, estén cayendo en el mismo defecto. Exponen la vida privada de sus concursantes de tal manera, que aunque quieran hacer parecer las cápsulas informativas en meros detalles complementarios, siempre terminan convirtiéndose en el tema protagónico.

TV Azteca en 2007 lanza un nuevo programa llamado “*Doble cara*” en donde 6 participantes compiten en una dura batalla de habilidades y conocimientos para poder ganarse \$100, 000⁴³. Como siempre las televisoras han luchado por conseguir el mejor rating el programa de Azteca aparece cuando Televisa tiene al aire “*Los 5 magníficos*”, un programa que consta de 4 equipos que luchan

⁴³ www.tvazteca.com/entretenimiento/doblecara/index.shtml

por mostrar sus habilidades en el escenario y conseguir obtener la rehabilitación o ayuda económica de sus protegidos.

Los Programas de Concurso dentro de la televisión mexicana son de gran importancia, para el entretenimiento del público hacen que las televisoras obtengan un alto rating. Son transmitidos en los horarios de la tarde y a veces los fines de semana, cuando la gente se encuentra comiendo o tranquilamente descansando en sus casas; la promoción que las televisoras le dan a los programas, hacen que las masas esperen con ansias sus estrenos, además sirven para que la gente se distraiga y se divierta participando desde sus casas, apoyando a los concursantes.

Se mostrará cual es el mecanismo de los programas de concursos y como han ido cambiando con el paso del tiempo. Antes se notaba el bajo presupuesto en el que se realizaban los programas y la poca creatividad, ahora las televisoras se han conformado con comprar los derechos de programas exitosos de otros países, los conductores propician situaciones cómicas para hacer quedar mal a los concursantes frente a las cámaras con tal de conseguir un rating.

Los nuevos programas de concurso se asentaron en rating que duplican a los anteriores, pero no han podido crecer y están por debajo de la línea mágica. Este es el caso de Televisión Azteca con ¡*Jeopardy!*, donde el conductor era un actor famoso como Omar Fierro, pero su actitud formal hacia que se perdiera el

ritmo agradable del programa, por ejemplo le hacia falta el cotorreo previo, intermedio y posterior para crear tiempos muertos innecesarios.

Actualmente Televisa y TV Azteca siguen con la lucha de ratings, ya que en ambas televisoras podemos ver diferentes tipos de programas de concursos. Los sábados por la noche en Televisa se podía ver “*Vas o no vas*” un proyecto en donde se trataba de apostar dinero como en un casino, nada más que el programa empieza a perder fuerza cuando comienzan a salir las cantidades altas y el único concursante de la noche no se lleva más de lo que esperaba, este programa era conducido por el actor Raúl Araiza, actualmente se llama “*Yoo si voy*”.

También el sábado se puede ver por el canal 2 “*Todos creen que saben*” programa conducido por Marco Antonio Regil. Aquí podemos ver compitiendo a niños de 6º año de primaria contra adultos, para demostrar quién cuenta con más conocimientos básicos.

Actualmente, entre semana a las 3 de la tarde por el canal 2 de Televisa, se puede ver lunes, miércoles y viernes “*Atínale al precio*” conducido por Marco Antonio Régil un programa de concurso donde los participantes irán ganando cada vez más, a través de las distintas etapas del programa donde la única clave es acercarse al precio de los productos, sin pasarse y si es posible atinarle al precio exacto. Al foro de grabación asisten 300 personas, de las cuáles se van nombrando a cada uno de los participantes que pueden ser los afortunados de ganar la oportunidad de participar y tal vez ganar el gran premio

final. Los martes y jueves sale “*100 mexicanos dijeron*”, este programa cuenta con el mismo formato de “*100 mexicanos dijeron*” conducido por Marco Antonio Regil, hace unos años. Ahora está conducido por “Vitor”, personaje caracterizado por el comediante y actor Adrián Uribe.

La competencia de TV Azteca llevaba por nombre “*Para todos*” este programa podía ser visto de lunes a viernes a partir de las 12 del día, conducido por Héctor Soberón, María Elena Saldaña “La Güereja”, Mimi, Mauricio Barcelata y Luis Armando (ex alumno de la academia). Se trata de concursos para toda la familia, además de entrevistas y noticias del medio del espectáculo. Aunque los fines de semana se puede ver Password, un nuevo concursos conducido por el actor y productor Rodrigo Murray, a quien viéramos recientemente en otro concurso llamado “*Doble cara*”.

La mecánica del juego consta de dos equipos, cada uno integrado por un concursante y un artista, tendrán que adivinar las palabras secretas que aparecen en una pantalla a través de pistas, compuestas por una sola palabra. Para lograrlo, primero se jugará una etapa eliminatoria que consta de ocho rondas, los concursantes y artistas se turnarán en cada ronda para dar pistas, de tal manera cada concursante tendrá la oportunidad de jugar con ambas celebridades.

En cada ronda se cuenta con 30 segundos para adivinar un máximo de cinco palabras secretas, el concursante que obtenga la mayor cantidad de palabras secretas adivinadas pasará a la siguiente etapa y el triunfador de esa etapa

pasará al juego final junto con el artista que le haya ayudado a obtener más puntos.

Este tipo de programas son los más rentables para las televisoras, en la actualidad además de comprar los derechos a ciertas televisoras europeas o americanas, Televisa y Televisión Azteca copian el formato de los programas dándoles un toque especial de originalidad de acuerdo a sus necesidades. Para así, poderlos transmitir y llamar la atención de un público en particular. Si tienen éxito pueden tener varias versiones, pero hay ocasiones que no superan las expectativas deseadas y sólo tiene una etapa.

II. CONTEXTO SOCIOLÓGICO DE LA TELEVISIÓN EN MÉXICO

La sociología de la comunicación es un área de la sociología que estudia las implicaciones socioculturales que nacen de la interposición simbólica, con particular atención a los medios de comunicación de masas como son los diarios, la radio, el cine, la televisión y el Internet.

Estudiar los medios de comunicación representa examinar como el mismo mensaje mediático tiene resultados distintos sobre los grupos sociales y los individuos, según el contexto cultural, económico y social.

La televisión es el elemento más importante dentro de los medios de comunicación de masas, la preferencia de la televisión viene de su carácter de recepción familiar, su captación psicológica es más fuerte incluso que la del cine, porque la persona se encuentra más en familia y se facilita el análisis de lo real y lo ficticio.

La comunicación social como campo de estudio empezó a principios del siglo XX, es el objeto de estudio de las ciencias de la comunicación como de la psicología, sociología, semiótica, lingüística, entre otras, las cuáles exploran las formas en que los elementos culturales pueden ser percibidos, transmitidos y entendidos, así como sus reglas de interacción, retroalimentación social y el impacto que estas tiene en la sociedad.

Los medios de comunicación son un elemento imprescindible para que cualquier comunicación se pueda considerar de masas. Para McLuhan la sociedad ha sido siempre conformada más por la naturaleza de los medios que por la naturaleza de la información. “Nuestra sociedad permite económica y tecnológicamente la posibilidad de los medios de masas, y a la vez, da la impresión de no ser capaz de vivir sin ellos”⁴⁴.

2.1 GLOBALIZACIÓN

Entiendo la palabra globalización como el conjunto de relaciones económicas, políticas y sociales que han modificado principalmente a la estructura mundial. Es un proceso fundamentalmente económico que constituye las distintas economías nacionales dentro del capitalismo mundial. En los medios masivos de comunicación surgen avances tecnológicos, además de modificaciones políticas y económicas manipuladas en el nivel mundial.

También la globalización es el proceso por el que los distintos países del mundo unifican mercados, sociedades y culturas, a través de una serie de transformaciones sociales, económicas y políticas que les dan un carácter global.

“La globalización conlleva un sistema de valores nuevo, en el cual juegan un papel muy importante las luchas de poder”⁴⁵. Para resguardar nuestra identidad social y cultural dentro de un mundo globalizado, es necesario

⁴⁴ LUCAS Marín, Antonio. “Sociología de la comunicación”, pp. 186.

⁴⁵ ESTEINOU Madrid, Javier (Coord.). “Espacios de Comunicación” pp.36.

comprender y utilizar los avances tecnológicos, de acuerdo a nuestros propios intereses.

Existe un proceso de monopolización, mediante el cual grandes empresas están absorbiendo a los pequeños medios. Los medios masivos de comunicación tienen cada vez mayor poder y tienen una influencia creciente en la vida política nacional.

Los Estados-Nación (organización política de población homogénea que comparte cultura, lengua, con un gobierno que sirve a los intereses de esta) recurren a la televisión para asegurar sus términos de información y conocimiento sobre el mundo, apoyándose en la gran red telemática y televisiva.

La televisión es una economía política, que representa las relaciones culturales entre textos y audiencias, cada vez más globalizada de instituciones y flujos culturales que brindan recursos proliferadores para la construcción de la identidad.

“La globalización se refiere tanto a la comprensión espaciotemporal del mundo como a la intensificación de la percepción del mundo como un todo, es decir, a la abundancia cada vez mayor de relaciones globales y a nuestra comprensión de las mismas”⁴⁶.

⁴⁶ BARKER, Chris. “Televisión, globalización e identidades culturales” pp. 68.

Con esto, se puede decir que la globalización es la actividad económica que ha dado lugar a una verdadera economía mundial, que se ha ido desarrollando a través de los años.

En Argentina se advierte que grandes capitales transnacionales asociados a empresarios argentinos han comprado y siguen comprando canales de televisión, ondas de radio, diarios y revistas. La llamada "industria de la cultura", la explotación comercial de los recursos de la comunicación, se convirtió en una de las más atractivas inversiones de capital y grandes corporaciones multinacionales pasaron a ser propietarias de redes de comunicación y de empresas que fabrican equipamiento para las mismas.

En 1997, se producen fusiones y compras de empresas de diversos tipos. Entre ellas destacan las empresas del área de comunicación, las cuales realizaron unas ciento cuarenta adquisiciones y fusiones, que en la mayoría de los casos corresponde a capitales extranjeros.

En el libro *Televisión, globalización e identidades culturales* de Chris Barker, explica tres conceptos de televisión global, que en seguida en listo:

- A escala institucional, implica las distintas configuraciones de la televisión pública y comercial que están reguladas, financiadas y contempladas dentro de las fronteras de las naciones-estado y/o de las comunidades lingüísticas.

- La televisión global se refiere a la televisión que, en cuanto a la tecnología, la propiedad, la distribución de programas y las audiencias, opera más allá de las fronteras de las naciones-estado y de las comunidades lingüísticas. La televisión global significa, televisión transnacional.
- La televisión global se refiere a los flujos, de ámbito mundial, de discursos y representaciones culturales que, a su vez, plantean cuestiones de poder y de identidad cultural en el contexto de una cultura electrónica global⁴⁷.

La televisión, es un fenómeno global, que permite la circulación de formas narrativas por todo el mundo: las telenovelas, los noticiarios, los programas deportivos, de concurso y de videos musicales pueden ser vistos en la mayoría de los países.

Un buen ejemplo de esto, son *las telenovelas*, las cuales son producidas en una gran variedad de países del mundo y su exportación permite que sean mostradas en diferentes contextos culturales, dependiendo el país, idioma, etc. Los *noticieros* también son un fenómeno global, ya que las agencias de noticias suscriptoras intercambian su material, por esta razón podemos ver el mismo formato y duración de los mismos, en diferentes países. “Las noticias son recogidas, seleccionas y controladas por los grandes consorcios transnacionales occidentales, que las tratan como mercancías que se compran y se venden”⁴⁸. Dos grandes agencias occidentales son la Visnews y la

⁴⁷ Ibid., pp. 85

⁴⁸ Ibid., pp. 102

Worldwide Televisión News (WTN), en la televisión vía satélite están Cable News Network (CNN), la BBC y la News Corporation.

La globalización es sinónimo de conquista de espacios, de economía mundo, de un diferente imaginario social, de redefinición de categorías, de Aldea Global, de intercomunicación, de fuerzas de poder, de injerencia en las economías, de sistema mundial, de homogeneización cultural, de historia compartida⁴⁹.

La globalización es un proceso esencialmente económico que consiste en la creciente integración de las distintas economías nacionales en un único mercado capitalista mundial.

La televisión era una actividad económica, accesible a todo público, poco a poco eso fue cambiando, ya que a través de la publicidad, se convirtió en maquinaria indispensable para el desarrollo de la economía del mercado. La televisión se convertía en un sector económico potente por derecho propio.

La televisión económica debe constar de actividades como: la producción de contenidos o programas audiovisuales que alimenten la rejilla de programación; programas distribuidos en una secuencia temporal, como operación central de las empresas operadoras o difusoras; la difusión de señal en una determinada zona.

⁴⁹ ESTEINOU Madrid, Javier. “Espacios de comunicación”. pp. 41

Para amparar la identidad social y cultural dentro de un mundo globalizado, es necesario comprender y utilizar los avances tecnológicos, de acuerdo a nuestros propios intereses.

Los medios están cumpliendo con funciones que deberían ejercer las instituciones, como en las representaciones políticas y sociales, el repliegue del estado han llevado a que la gente encuentre en ellos un canal válido para expresar sus inquietudes y necesidades. Esto se puede comprobar con la aparición de numerosos programas que se encargan de escuchar y ayudar a las personas.

Muchas veces a través de los medios se instalan los temas de la agenda política, pero estos surgen, desde el poder, otras de la comunidad que recurren a ellos para realizar sus reclamos y otras, surgen de los propios medios por motivos empresariales.

Las empresas generan mensajes, pero reciben presiones del poder económico y del poder político; el público recibe esos mensajes ya manipulados, pero genera demandas a través del consumo. Es a través de los medios que se transmiten estos mensajes.

Existe un proceso de monopolización, mediante el cual grandes empresas están absorbiendo a los pequeños medios. Los medios de comunicación tienen cada vez mayor poder y tienen una influencia creciente en la vida política.

Hoy en día, los medios de comunicación componen una herramienta persuasiva que nos permiten mantenernos en continua comunicación con los distintos sucesos sociales, económicos y políticos tanto a escala nacional como internacional. Las sociedades modernas se encuentran permanentemente en comunicación, por eso los medios tienen un papel importante en la promoción cultural y la formación. Su acción es de gran magnitud en cuanto a los progresos técnicos, la amplitud y la diversidad de las noticias transmitidas.

A través de los medios de comunicación se producen y reproducen una realidad pública, los medios no sólo transmiten información sobre la realidad sino que también plasman la realidad del contexto social político.

La noticia tiene un sentido y una función que se ha hecho imprescindible como vínculo social e intersubjetivo que permita reunir la pluralidad cultural de los miembros de una comunidad, generar una historia común, una identidad y un discurso propio en el que puedan reconocerse.

Los medios masivos de comunicación son un poderoso medio de socialización, a la par de la familia, la escuela y el trabajo, que modelan los sentimientos, las creencias, entrenan los sentidos, ayudan a formar la imaginación social, fomentan y facilitan ciertas construcciones mentales por donde transcurre luego el pensamiento de las personas en sociedad.

La comunicación representa el espacio donde cada quien puede expresar sus ideas, pensamientos y conocimientos, que se pueden volver en una

práctica social. Con la aparición y desarrollo de las tecnologías electrónicas, la sociedad asumió las modalidades de comunicación masiva.

En el siglo XX se ha desarrollado la "cultura de masa", a través de los medios de comunicación que han vivido una expansión enorme y paralela al perfeccionamiento del capitalismo, convirtiendo a la noticia, en esencia una pieza breve y sesgada de la actualidad, en el centro de la cultura popular. Periódicos, radio y más tarde la televisión, se han convertido en los creadores de debates, de ideas compartidas, de cohesión social, de mitos y leyendas.

Los medios, pueden contribuir a la formación de individuos mejor informados, pueden servir para la difusión de una cultura superficial, rutinaria y consumista. Los medios son parte esencial de los procesos de comunicación en las sociedades modernas.

La televisión ha venido a desplazar a la radio y la prensa, antiguamente los medios de mayor penetración. Hoy la televisión se ha convertido en un eficaz instrumento ideológico, económico y político puesto al servicio de los intereses de la fracción dominante de nuestro país.

La decisión política de poner en manos del capital privado y más aún, en prácticamente una sola familia, a la televisión mexicana, ha repercutido en la generación de un monopolio virtual que ha sabido vincularse eficientemente con los gobiernos priístas de los últimos años para obtener beneficios mutuos.

El salinismo hizo uso del medio como nunca antes lo había hecho gobierno alguno. La televisión privada identificó sus intereses con los del gobierno presidido por Salinas como no había sucedido, cuando inclusive llegaron a tener serios conflictos con los gobernantes en turno, tal y como ocurrió con Luis Echeverría en 1972.

A través de la televisión el gobierno salinista logró obtener un amplio consenso y vendió a los mexicanos la ilusión beneficiosa de la implementación del modelo neoliberal, que en los hechos ha venido demostrando ser lesivo para los intereses de las grandes mayorías empobrecidas.

Durante el sexenio salinista se privatizó la televisión estatal, al vender Televisión Azteca al inversionista Ricardo Salinas Pliego, con lo que se puso fin a la participación directa del Estado Mexicano en la televisión de alcance nacional. La empresa pública fue vendida al mejor postor, en este caso Salinas Pliego, quien ofreció millones de dólares por el llamado "paquete de medios" con lo que quedó de manifiesto, una vez más, el discurso de "doble fondo" que manejan los gobiernos priístas, pues Salinas alegaba que el objetivo de la privatización era abrir los medios a la "sociedad civil" y democratizar su uso, lo que pone de manifiesto los objetivos reales de la privatización: allegarse recursos económicos para enfrentar los compromisos derivados del sostenimiento de la ficción salinista-neoliberal y el pago puntual de los treinta mil millones de dólares en Tesobonos⁵⁰.

⁵⁰ www-azc.uam.mx/publicaciones/gestion/num7/art7

El crecimiento de Televisa fue horizontal, al rebasar las áreas ligadas a la comunicación. El grupo se extendió hacia ramas como la metalúrgica y la petroquímica, entre otros rubros de la industria de la transformación en las que empezó a participar.

A partir de la segunda mitad de los ochenta, es claro que la industria de la televisión ha transitado a una nueva etapa, cuyo despliegue se está produciendo actualmente, esta es inserción plena en el proceso de globalización.

En una entrevista hecha por el periódico el Universal al productor Roberto Romagnoli en el 2006, el productor comento “hablar de globalización, es hablar de uno de los motivos más importantes para los productores argentinos de estar en tierra azteca”. Actualmente Romagnoli produce en Televisa el programa *Muévete*, que encabeza Latin Lover y Maribel Guardia. El productor comento que así como en Argentina se pueden encontrar actores mexicanos trabajando en nuestro país también se da dicho fenómeno, ya que debido a las crisis en Argentina, tiene que buscar trabajo en el extranjero y México es el país que escogen para poder obtener su objetivo y hacer un cambio de culturas para así realizar nuevos proyectos. Cuando Romagnoli llegó a nuestro país comenzó trabajando en TV Azteca, produciendo el programa *Cosas de la vida*, de Rocío Sánchez Azuara, el cuál batió récords de audiencia y se coronó por encima de los programas de Televisa. “Es así como se demuestra que la televisión mexicana actual cuenta con el sello distintivo argentino en algunas de sus producciones, toque que va desde la base del proyecto (el productor) hasta

un equipo técnico y actoral, aunque sin alterar las raíces que como pueblo hemos cosechado”⁵¹.

2.2 TELEVISIÓN Y SOCIEDAD

Para los años 30's la radio era el medio de entretenimiento masivo del momento por las mañanas, tardes o noche la gente se ponía a escuchar las radionovelas, historias fabulosas llenas de imaginación, realizadas en un estudio y totalmente en vivo, apoyadas con excelentes actores que narraban bastante bien la trama y en conjunto con los efectos especiales hacían vivir la ilusión de lo que ocurría en la narración, a través de la imaginación de cada radioescucha.

Para los años 50's la gente comenzó hacer esfuerzos económicos para poder conseguir una televisión, precios que para esa época eran muy caras, además de ser importadas de Estados Unidos, habían diferentes diseños como era una caja enorme de madera con una pequeña pantalla y los controles a un lado del aparato, llamadas “televisión de mesa”, los de mueble más grande eran mucho más caros y las que venían con tocadiscos y radio integrado eran para gente rica.

Los tres primeros canales fueron el 5, 4 y el 2. El Canal 5 comenzó transmisiones en el mes de enero de 1950, el ingeniero Guillermo González Camarena obtiene la concesión para explotar comercialmente al canal, al que

⁵¹ www.eluniversal.com.mx/espectaculos/70364

decide asignar las siglas XHGC, cuyas últimas dos letras corresponden a las iniciales de sus apellidos.

El 1º de septiembre del mismo año, el Canal 4 inicia sus transmisiones regulares con la difusión del IV Informe de Gobierno del presidente Miguel Alemán Valdés. Aunque se considera que la inauguración oficial del canal se lleva a cabo un día antes, el 31 de agosto de 1950, con un programa "artístico musical" desde el Jockey Club del Hipódromo de las Américas al cuál asiste el secretario de Comunicaciones, Agustín García López. En este canal se transmitió, más tarde, el programa con más éxito *El club del hogar*, un programa histórico que duró 40 años al aire⁵².

El 21 de marzo de 1950 se inician las transmisiones regulares del Canal 2, XEW TV, concesionado a la empresa Televimex, S.A., propiedad de Emilio Azcárraga Vidaurreta. El programa inaugural es un encuentro de béisbol transmitido en control remoto desde el Parque Delta, lugar que más tarde fue nombrado Parque Deportivo del Seguro Social, en la Ciudad de México. Desde octubre del mismo año, el canal lleva a cabo transmisiones de prueba, la inauguración oficial de Televisión ocurre hasta el 12 de enero de 1952 con la transmisión de una función de lucha libre.

En el libro "*El Mundo de Pedro Ferriz*" narrado por él mismo, cuenta como se llevó a cabo la producción del famosísimo programa *El Gran Premio de los sesenta y cuatro mil pesos*, programa que era transmitido los martes a las 8:30

⁵² FERRIZ Santa Cruz, Pedro. "El Mundo de Pedro Ferriz. Nuestra Época", pp. 26.

de la noche por el Canal 2. Cada participante empezaba el concurso con preguntas que les permitía ganarse 1000, 2000, 3000 y 4000 pesos, el que se acercaba a los 4000 se quedaba en pie para la próxima semana y así poder llevarse 32,000 o el gran premio de 64,000.00. “Una de las cosas que más les preocupaba a los concursantes, en un programa donde todo México los veía, eran sus amigos, familia, sus compañeros de trabajo, etc. De todas maneras, el programa tenía ese tinte dramático, festivo y emocionante en grado sumo, porque de pronto los concursantes se convertían en personajes populares, pero no por un capricho de alguien sino por su preparación y cultura”⁵³.

En este programa se veía la preparación de los concursantes, porque entre más instruido y competente podía ganarse una gran cantidad de dinero, era similar el programa *Doble Cara* de TV Azteca, nada más que en éste último se tiene que fingir ser un conocedor y tal vez atinarle a la preguntar, ya que se contesta por opción múltiple, en cambio *El Gran premio de los sesenta y cuatro mil*, parecía un examen de conocimientos aplicado oralmente.

Así como los programas de entretenimiento hacen que se reúnan las familias para poder verlos, también se debe de tener cuidado con lo que se transmite en la televisión, ya que ciertos programas pueden llegar afectar la conducta de las personas, en especial de los niños.

La televisión alcanza al niño de dos maneras: una directa, a través de programas intencionalmente diseñados para sus diferentes etapas de

⁵³ Ibidem., pp. 34.

crecimiento; y otra indirecta, a través de la familia, actúa como vehículo que revierte en el pequeño mensajes portadores de hábitos, formas de pensar, actuar y ser⁵⁴. Esto se da, porque actualmente los adultos prefieren que los niños vean caricaturas o algún programa infantil, para que nos les estén dando molestias y se queden quietos, principalmente los días que no tienen escuela o periodo vacacional. Por esta razón muchos niños conocen primero a Mickey Mouse u otro personaje de caricatura en lugar de algún personaje principal de nuestra historia.

Aunque actualmente existen cursos de verano o el programa escuela siempre abierta (proESA), para que los niños puedan hacer otras actividades, en lugar de pasársela en su casa todo el tiempo, para aprender y desarrollar nuevos conocimientos para su aprovechamiento. Por medio de la televisión el Sindicato Nacional de Trabajadores de la Educación, apoya programas de concurso que puedan servir para el aprovechamiento de niños y adultos, a través de programas como *Todo el mundo cree que sabe*, en donde niños y adultos compiten por demostrar quién tiene más conocimientos, las preguntas abarcan historia, geografía, español y civismo, lo que se quiere demostrar a través de este programa es que se puede uno divertir instruyéndose.

También los adultos mientras hacen sus actividades domésticas, prefieren estar escuchando o viendo la televisión, programas de revista por la mañana, Televisa por las mañanas pasa repeticiones de telenovelas, al medio día TV Azteca pasaba un programa de concurso como *Para todos*, con información de

⁵⁴ MELÉNDEZ Crespo, Ana. “La TV no es como la pintan” pp. 24.

espectáculos y concursos para toda la familia; por la tarde las dos televisoras pasan sus noticieros del medio día, después empiezan los programas de chismes y entretenimiento, más tarde la barra de telenovelas y por las noches pasan sus noticieros, series y películas. Todo el tiempo hay algo que ver en la televisión. Aunque constantemente cambian su programación buscando así mayor audiencia y variación, pasando telenovelas y programas de entretenimiento, además para los fines de semana las dos televisoras se pelean por el mejor rating, porque ambas procuran pasar programas deportivos como fútbol americano, fútbol soccer, box, béisbol, básquetbol, luchas y por las noches programas de espectáculos y algunos estrenos de películas.

Aunque tratemos de evitarlo, todo lo que ocurre en nuestro entorno es influido en nuestro comportamiento diario por la televisión, muchas veces es considerada por la humanidad como parte de la familia.

La televisión funciona como un medio electrónico de información y entretenimiento que adapta sus programas al gusto del auditorio, al mismo tiempo que ejerce influencia en las preferencias de la gente. La televisión ha logrado desbancar a otros medios como la prensa y la radio, se ha convertido en una parte fundamental de la sociedad.

Para poder llamar la atención de la audiencia infantil, Televisa creó el primer programa infantil "*El tesoro de la juventud*", el cual se basaba en concursos de dibujo, composición literaria y pintura, con respecto a la lectura del mismo texto, se les otorgaba a los niños y participantes, juguetes de la casa Ara

Arakelian, primer anunciante de juguetes en televisión, con la dirección de cámaras de Pepe Galindo⁵⁵.

Los niños son un público bastante importante para las televisoras, ya que son ellos los que más tiempo pasan postrados al frente de la televisión. Actualmente el programa que más tiempo lleva al aire es *En Familia con Chabelo*, programa transmitido todos los domingos de 7 a 10 de la mañana, conducido por Xavier López "Chabelo" el cuate de todos los niños. A lo largo de cuatro generaciones, este programa se ha mantenido en el gusto de chicos y grandes, a través de los concursos que se hacen para que la gente gane premios de sus patrocinadores, dinero en efectivo y con sus invitados musicales, pero además de la ya famosa catafixia.

Entre los inseparables del programa se encuentran Jorge Alberto Aguilera, encargado de la sección "Los Cuates de la Provincia" y Ángel Halil, director de la orquesta. Cada patrocinador que entra al programa, obligatoriamente debe comprar tres minutos al aire para poder anunciarse. Este programa ha retomado la idea de los primeros años de los concursos por televisión, los patrocinadores a menudo son los actores principales de las rutinas de los concursos.

La televisión es el principal medio de entretenimiento de la mayoría de la población de México y su fuerza ha desplazado a todas las otras manifestaciones culturales, como el cine y el teatro. Dos grandes empresas

⁵⁵ GONZALO, Castellot. "La televisión en México. 1950-2000" pp. 47.

dominan el mercado televisivo: Televisa la fundadora de la televisión en México y TV Azteca beneficiaria de la privatización de la empresa paraestatal de televisión nacional.

Las telenovelas acaparan la atención de millones de personas en todo el país y de ellas han salido catapultadas a la fama estrellas como Verónica Castro, Lucía Méndez, Victoria Ruffo, Salma Hayek, Leticia Calderón, Edith González, Fernando Colunga, Diego Luna, Adela Noriega, Thalía, Lucero y Gael García. Protagonistas de dramas de gran éxito y que han reemplazado en cierto modo a las grandes estrellas de cine. Aunque principalmente enfocadas al romance, las telenovelas han incursionado también exitosamente en los géneros juveniles e infantiles y recientemente en temas políticos y cómicos.

De la televisión también han surgido famosos personajes cómicos, como: Cachirulo, Chespirito, Cantinflas, La India Maria, Los Polivoces, Chabelo, Cepillín, Andrés Bustamante y Anabel Ferreira. En humor para adultos Víctor Trujillo, Héctor Suárez, el Loco Valdés, Eugenio Derbez, Jorge Falcón, Sergio Corona, Adal Ramones y Leopoldo García Benítez, mejor conocido como Polo Polo.

Además de las telenovelas, la televisión comercial ha sido invadida en la última década por programas que forman parte de la prensa del corazón y por programas de revista ligeros y abundantes en anuncios comerciales. Los talk shows sensacionalistas, tan exitosos a finales de los años noventa, han perdido terreno por considerarse ofensivos para ciertos sectores. A principios del 2000,

adquirieron gran fama los reality shows, en especial La Academia (una versión de la española Operación Triunfo) transmitida por TV Azteca y Big Brother transmitido por el canal 2 de Televisa.

La televisión cultural y de espectáculos se haya muy restringida en las dos televisoras principales, se concentra en dos importantes canales educativos: Canal 11, del Instituto Politécnico Nacional y el Canal 22, dependiente del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CONACULTA). Los canales de televisión local, subsidiados por los gobiernos de los estados cuentan también con espacios culturales que fomentan la identidad de cada estado.

Retomando el tema de la cultura, el teatro en México tuvo una participación muy importante desde el siglo XIX y XX, destacadísimas actrices y actores de la talla de María Teresa Montoya, María Conesa, Virginia Fábregas, Dolores Beristain, así como actores de la talla de Fernando Soler, Manolo Fábregas, Ignacio López Tarzo, le dieron a México gloria y tomaron la época dorada del teatro⁵⁶.

Los programas infantiles desde siempre han sido dominados por series de dibujos animados estadounidenses y a partir de la década de los 70's por series de animación japonesas como Anime. En años recientes, Canal 11 ha iniciado programas que tratan de iniciar a los niños en la ciencia y la cultura.

⁵⁶ http://es.wikipedia.org/wiki/Cultura_de_Mexico

Otro rol importante en la historia de identidad nacional mexicana en el campo de la televisión es sin duda el cine mexicano de los años 1940 a 1970 en los que importantes personajes como Pedro Infante, Jorge Negrete y Maria Félix entre otros filman prestigiosas y exitosas películas como “Nosotros los Pobres”, “Ustedes los ricos” o “Pepe el toro” entre otros.

III. ANÁLISIS DE LOS SEIS PROGRAMAS DE CONCURSO EN MÉXICO

3.1 METODOLOGÍA BÁSICA

Este apartado constituye la parte sustantiva de la tesis, es decir, el análisis de los elementos que componen los programas de televisión en términos de su forma y su contenido.

Para ello centro la observación en los conceptos de contenido, estructura, estenografía, público y publicidad. Y aplico la conceptualización que para este tipo de análisis se utiliza en ciencias de la comunicación.

Así entiendo por análisis de contenido al método de investigación consistente en la clasificación de las diferentes partes contenidas en un escrito o documento sobre la investigación de una encuesta, modos verbales de expresión, mensajes, etc., para conocer la información predominante o las tendencias manifestadas en esos documentos, por medio de una tabulación de su frecuencia o sin ella.

Por otra parte el contenido es la idea, tema o argumento de la materia o componentes conceptuales respecto a la estructura o forma lógica que construye un discurso, obra o medio de comunicación.

Refiriéndome a la estructura del programa la describo como un sistema de conceptos coherentes enlazados, cuyo objetivo es precisar la esencia del objeto de estudio. Es la distribución y orden con que está compuesto un mensaje.

La escenografía es todos los elementos visuales que conforman una escenificación, como la iluminación, la decoración o la caracterización de los personajes (vestuario, maquillaje, peluquería). El escenógrafo es el responsable de detallar y diseñar todos los elementos visuales de un escenario, su trabajo se realiza en colaboración con el director de escena, que es el responsable de la escenografía.

En cuanto al público, es el conjunto de personas que forman una colectividad. En un espectáculo en vivo, la condición óptima para el éxito del mismo es la empatía entre el que actúa y el que mira, haciendo que la persona que asiste, participe en el espectáculo.

Deduzco publicidad como la forma destinada a difundir o informar al público sobre un bien o servicio a través de los medios de comunicación masivos: Televisión, Radio, Cine, Revistas, Prensa e Internet, con el objetivo de motivar al público hacia una acción de consumo.

En los programas de concurso los participantes realizan una serie de pruebas para obtener el máximo número de puntos, para obtener a cambio premios como dinero en efectivo, vacaciones, regalos, los cuáles pueden ser

proporcionados por los patrocinadores del programa. Para la presentación de los premios se utilizan bellas modelos, las cuáles siempre visten pequeños y entallados vestidos que deleitan al público masculino.

Los géneros de variedad generalmente son franquicias creadas en un cierto país, tras obtener un éxito en dicho país de origen son vendidos los derechos internacionalmente para realizar versiones locales del mismo en cualquier otro.

En Estados Unidos, los primeros programas de concursos televisivos, transmitidos en la década del 40 y 50, derivaban de otros realizados en las cadenas de radio. La popularidad de los game shows (que originalmente eran llamados quiz shows, debido a que la mayoría se trataba de juegos de preguntas y respuestas, que luego derivaron a juegos de palabras y apuestas), en dicho país decayó luego del gran escándalo del programa Twenty One, donde uno de los miembros de la producción le daba las respuestas a uno de los participantes⁵⁷.

En este capítulo analizaré los programas de concurso que tuvieron más auge entre el 2002 y 2010 de las televisoras de sistema abierto de la televisión mexicana, empezaré con el canal 2 de Televisa con los programas de 100 Mexicanos dijeron, 100 Mexicanos dijeron y Atínale al precio, después terminaré con los concursos del canal 13 de Televisión Azteca con Sexos en Guerra, el Rival más débil y Para todos.

⁵⁷ http://es.wikipedia.org/wiki/Concurso_de_television

3.2 “100 MEXICANOS DIJERON” CON MARCO ANTONIO REGIL



El programa *100 Mexicanos Dijeron* fue transmitido en su primera etapa en el año 2003, un programa conducido por Marco Antonio Regil, producción de Televisa y Fremantlemedia dirigido por Enrique Segoviano, con una duración de 30 minutos. Regil mantuvo su actitud cortés y un estrecho contacto con los concursantes, como en el anterior éxito de *Atínale al Precio*, otro programa de concursos en los noventas.

Debido al gran éxito del programa y a que el conductor Marco Antonio Regil, apoya causas y promueve el respeto a personas con capacidades diferentes, en enero del 2005 arrancó la segunda etapa de *100 Mexicanos Dijeron VIP*, en donde se beneficiaron a instituciones que apoyaban diversos sectores vulnerables.

El contenido del programa era el mismo, sólo que en este último los participantes eran personalidades del medio del espectáculo. Los participantes tenían la tarea de representar a alguna institución, así que se les hacía una pregunta y tenían que contestar las mejores 6, 5, 4 o 3 respuestas más altas que 100 mexicanos contestaron en 5 ciudades de la República Mexicana como Guadalajara, Monterrey, Mérida, Distrito Federal y Tijuana. Al final se presentaba a un representante de la institución y se le entregaba el cheque simbólico con la cantidad que el equipo ganador había acumulado durante el programa. Además Fundación Televisa en la mayoría de los casos, duplicaba el monto obtenido, a fin de que la institución recibiera la mayor cantidad de dinero posible.

Para el 1 de septiembre de 2007 el programa tuvo una segunda etapa, el cuál se transmitía de lunes a viernes a las 15:00 horas por el Canal 2 de Televisa, una vez más bajo la producción de Enrique Segoviano, con una hora de transmisión las familias ahora podían ganar hasta 600 mil pesos.

A continuación describiré el contenido, estructura, escenografía, público y publicidad del programa de estudio en cuestión.

3.2.1 Contenido

Dentro de *100 mexicanos dijeron* los participantes constaban de dos familias de cinco personas, cuya meta era ganar 100 mil pesos si sus respuestas

coincidían en un alto porcentaje a las que decían 100 mexicanos sobre tópicos muy diversos.

Las familias participantes debían de ser ágiles para contestar la respuesta con más alto puntaje y así darle la oportunidad a su equipo de ser el primero en contestar y ganar la encuesta, el equipo tenía la posibilidad de equivocarse tres veces o de lo contrario la otra familia podía robar puntos al contestar correctamente. Día tras día el equipo vencedor se debía de enfrentar a otra familia y lograr ser el mejor, para poder durar toda la semana y no ser derrotado por una nueva familia.

El concepto del programa era saber ¿Qué tanto conoces a los mexicanos? Subrayando las características más comunes de su forma de vida, para ello se hacían encuestas para medir la cotidianidad de los conocimientos de diversas personas en el país.

3.2.2 Estructura

Al inicio del programa se presentaba a las familias participantes que aparecían sentadas en una posición de retrato, detrás de una cortina. Luego aparecía el conductor, quién presentaba a la representante de cada equipo, le preguntaba su profesión y la ubicación de su vivienda, esa persona tenía que presentar a cada integrante de su familia. Una vez que comenzaba el juego, los dos participantes que pasaban al centro del escenario se debían de saludar de mano y no tocar el botón hasta que se terminara de formular la pregunta.

Los temas que se abordaban eran variados, tanto se preguntaba de personalidades de la política, como del medio del espectáculo, así mismo, podían preguntar sobre alimentos en una dieta, objetos navideños y escolares, animales e instrumentos musicales o de telenovelas. Algunas de las preguntas que se hacían en el programa era como: “Además del perro, ¿qué otros animales domésticos pueden vivir en casa?”.

En la macro pantalla, que se encontraba al centro del set y que fue construida especialmente para ese concurso original de Pierce and Television, originalmente llamado Family Feud, se proyectaban los resultados de las encuestas realizadas a 100 personas en la calle y se comparaban con las respuestas que los participantes daban en las diferentes etapas. Se comenzaba preguntando las 6 primeras respuestas de algún tema, así sucesivamente hasta que se terminaban todas las rondas o hasta que la primera familia acumulará los 300 puntos y así ganar el derecho de participar en la ronda final la “prueba de dinero rápido”, en esta última fase del programa dos miembros del equipo debían contestar cinco preguntas en 15 segundos, para obtener un gran premio que podía llegar hasta \$100.000.00 pesos, además de algunos premios de los patrocinadores.

100 Mexicanos dijeron contaba con edecanes y la voz promotora de los premios estaba a cargo de Julio César Palomera. Con el éxito que el programa estuvo manteniendo, tiempo después se le aumentó otra media hora, para poderse transmitir de 6 a 7 de la tarde por el canal 2, titulado el canal de las estrellas.

3.2.3 Escenografía

El programa contaba con una mega pantalla al centro del set, alrededor un marco de luces principal, las cuáles encendían y apagaban de diferentes formas. Arriba de la pantalla se ubicaba una pantalla más pequeña donde se iban sumando las cantidades de las respuestas correctas, en los extremos derecho e izquierdo se encontraban otros recuadros donde aparecían los puntajes de cada equipo. Debajo de la mega pantalla se encontraba el logo de *100 Mexicanos dijeron*, un rebose de colores rosa, azul, morado, verde y amarillo, alrededor de éste una serie de luces que iluminaban en color amarillo.

En el centro del escenario a la altura de la mega pantalla, se colocaba una mesa con dos micrófonos, dos botones uno de cada lado y una figura de copa al frente, la cuál se encontraba iluminada la mitad de color azul y la otra de color verde, en donde un representante de cada equipo tenía que pasar para contestar la respuesta más popular y darle a su equipo la oportunidad de contestar correctamente la encuesta, de frente al escenario y de los concursantes se colocaba el conductor para realizar la pregunta.

A los extremos derecho e izquierdo del escenario se localizaban dos mesas rectangulares con cinco micrófonos, uno para cada concursante y unas barras en colores llamativos con luces de colores. Atrás de cada mesa se localizaban unos pequeños escalones que daban a un descanso donde la familia esperaba para ser mencionada y aparecer atrás de una cortina, al inicio del programa, que después de cerrada se podía observar el nombre de la familia participante.

Al fondo del lado izquierdo, se localizaba una cabina del silencio donde un participante de un equipo era resguardado para que no escuchara las respuestas del otro participante del equipo en la prueba de dinero rápido.

Al llegar a la prueba de dinero rápido, aparecía una canasta con dulces, el participante de la familia que comenzaba a dar sus respuestas, tenía que escoger una paleta y según lo que aparecía era la cantidad de dinero que se podían ganar, las tiras que colgaban de las paletas decían doble, mitad o tiempo extra para poder contestar las 5 preguntas.

El resto del escenario tenía colores fuertes utilizados cotidianamente en los adornos mexicanos como el azul, el fusha, anaranjado y rojo. Al frente del escenario se encontraba el público.

El conductor Marco Antonio Regil se caracterizaba por utilizar una vestimenta formal, de traje, chaleco y corbata, la cuál se apreciaba y se aprecia en todas sus participaciones que ha tenido como conductor, durante su carrera.

3.2.4 Público

En este tipo de programas el público es el participante más importante, porque ellos son los encargados de aplaudir y apoyar a los concursantes. Con porras y gritos en donde les decían a los participantes que decir o que hacer para poderse llevarse el premio.

En el foro se encontraban 300 personas, las cuáles eran enfocadas por lo general de espaldas, aplaudiendo y mostrando su alegría por estar en el programa. La cámara que los enfocaba se localizaba en la parte de atrás de las gradas y sólo aparecían de frente al inicio o final del programa, cuándo la cámara aérea se movía.

Al llegar la prueba del dinero rápido, los dos últimos participantes y el conductor se ponían de frente al público para dar las 5 últimas respuestas y después le daban la espalda al público para ver las respuestas correctas en la pantalla. Los encargados de la iluminación apagaban las luces y sólo se podía escuchar al público.

Tal vez el público más importante para este formato de programas es el público televidente, porque a través de la pantalla es como se miden los rating y es como los productores se dan cuenta de cuánto éxito tiene el programa, en base a eso, se puede modificar el horario y los premios, porque así pueden haber más patrocinadores que los puedan apoyar.

3.2.5 Publicidad

Así como el público los programas necesitan de la publicidad. Antes del estreno de un programa el o los conductores aparecen en diferentes programas de entretenimiento para poder invitar al público que los sintonicen y vean el programa que les tienen preparado, después aparecen comerciales sobre el programa y así sucesivamente hasta el inicio del programa, con la esperanza

de que tengan un alto rating por toda la publicidad que le estuvieron haciendo al mismo.

Otro tipo de publicidad es la que se utiliza dentro del programa, durante la premiación aparecen los patrocinadores para premiar a los participantes, al inicio de 100 mexicanos parecía “Kclass, el calzado de las estrellas”, a cada participante se les obsequiaba un par de zapatos y en la pantalla de televisión aparecía la imagen de la marca y decían el comercial completo. Hubo varios patrocinadores durante las diferentes etapas del programa, aunque también utilizaban al programa para hacerle publicidad al “Teletón” una fundación destacada por empresarios y dueños de medios de comunicación, que a través de los valores como amor, generosidad, solidaridad y con el apoyo de la gente que participan año con año con su aportación, creando así Centros de Rehabilitación para niños y jóvenes con discapacidad.

El programa también dio gran publicidad a los eventos que realiza televisa como el TELETON, durante los últimos meses del año aparecían las alcancías moradas en forma de cochinitos y pequeños letreros que decían TELETON, el conductor se encargaba de recordarle a la gente que ya se acercaba dicho suceso y que debían participar con su aportación.

3.3 “100 MEXICANOS DIJERON” CON ADRIÁN URIBE



A partir del 4 de octubre de 2009 a las 6:30 de la tarde por el canal 2 con el slogan de las estrellas apareció el programa *100 mexicanos dijeron*, que fue conducido por el comediante Adrián Uribe en su personaje de conductor de microbús “Vitor”. La producción y dirección estuvo a cargo de Guillermo del Bosque. Actualmente es transmitido los martes y jueves a las 3 de la tarde, con el mismo formato.

A continuación mencionare el contenido, estructura, escenografía, público y publicidad que envuelve este programa.

3.3.1 Contenido

100 mexicanos dijeron es un programa de concursos basado en las respuestas más comunes de preguntas realizadas a 100 mexicanos, en donde dos equipos conformados cada uno por 4 celebridades famosas como artistas, cantantes, deportistas y personalidades de diferentes ámbitos compiten, representando cada uno a una familia que mediante los Sorteos del trébol y en presencia de un supervisor de la secretaría de gobernación, los participantes podrán ganar la oportunidad de asistir al programa para poderse ganar grandes premios como una casa, un automóvil, dinero en monedero electrónico o un viaje.

De una manera seria pero divertida, los famosos medirán sus habilidades al contestar preguntas sencillas y de conocimientos generales, en esta ocasión las respuestas más populares son 5, 4 o 3, las cuáles tendrán que adivinar los participantes. Al finalizar las 4 rondas de preguntas, la familia ganadora tendrá la oportunidad de girar la ruleta de la suerte para descubrir qué premio podrá ganar si contesta acertadamente la ronda de preguntas rápidas, dicha prueba al ser superada, los hará acreedores al premio marcado en la ruleta, el premio puede ser \$75.000.00 pesos o \$100.000.00 pesos en monederos electrónicos Chedraui, una casa Geo, un viaje a Cancún o un automóvil del año.

3.3.2 Estructura

Al inicio del programa aparece el comediante Vitor bajando de un microbús, después aparece en el escenario bailando, haciendo su sonido tan peculiar del personaje y cuenta algún chiste, con la voz promotora al fondo que da la bienvenida al programa y al conductor, Vitor es el encargado de presentar a los representantes famosos y a las familias participantes, siempre haciéndoles bromas y diciéndoles piropos a las participantes femeninas.

Comienza el concurso con la primera ronda, en donde los representantes de cada grupo pasan a contestar las primeras preguntas del programa y así conseguir los primeros puntos para sus equipos. Los concursantes deben de ser hábiles y contestan correctamente todas las respuestas, porque sino los participantes del otro equipo pueden robarles los puntos, las rondas pueden valer puntos al doble o al triple. Se contestan 4 rondas y los puntos que deben lograr son más de 300, la familia perdedora se lleva un monedero electrónico de Chedraui con un valor de \$25.000.00 pesos.

El equipo ganador debe pasar a la ruleta de la suerte para saber porque premio va a participar en la prueba de dinero rápido, después deben de participar 2 personas del equipo en la última ronda, pasan al escenario el primer participante y el conductor, el segundo participante entra a una cabina para que no escuche las respuestas del otro. Al primero le dan 20 segundos para contestar 5 preguntas y al segundo le dan 25 segundos, porque no debe de dar la misma respuesta.

Al término del programa aparecen en escena todas las personalidades famosas y la familia ganadora, para despedirse y el conductor agradece la presencia. Aparece en pantalla un microbús partiendo, en la parte de atrás lleva el letrero de Chedraui.

3.3.3 Escenografía

El programa cuenta con una mega pantalla al centro del set, alrededor se encuentra un fondo lleno de cuadros con luces de colores, las cuáles encienden y apagan de diferentes formas. Arriba de la pantalla se encuentra una pantalla más pequeña donde se van sumando las cantidades de las respuestas correctas, en los extremos derecho e izquierdo, aparecen los puntajes de cada equipo, todo el fondo es en color negro.

En el centro del escenario a la altura de la mega pantalla, se encuentra un cubo el cuál tiene la mitad iluminado en color rojo y la otra en color verde, dos micrófonos en la parte de arriba, dos botones uno de cada lado en donde un representante de cada equipo tiene que pasar para contestar la respuesta más popular y darle a su equipo la oportunidad de contestar correctamente la encuesta.

A los extremos derecho e izquierdo del escenario se localizan dos módulos rectangulares con cuatro micrófonos, uno para cada concursante y unas barras que iluminan en diferentes ocasiones, los módulos son pintados en color morado un toque diferente, más serio a 100 Mexicanos dijeron y 100

Mexicanos dijeron VIP, al frente de cada módulo se encuentra el logo de Chedraui, patrocinador oficial del programa. Al fondo del lado izquierdo, se localiza una cabina del silencio donde un participante del equipo ganador es resguardado para que no escuche las respuestas del otro participante del equipo en la prueba de dinero rápido.

En el escenario en general se utilizan muchas luces, hay cuadros en el piso que se iluminan, pero el aspecto es más serio a diferencia de los dos programas anteriores *100 Mexicanos dijeron* y *100 Mexicanos dijeron VIP*, se observan en los muros, al fondo del escenario y en general muchos colores neutros como rojo, verde, azul y rosa.

En el programa aparece una mujer llamada Odalys, es quién se encarga de recordarles a los participantes los premios que hay en la ruleta y los cuáles pueden ganar en la última ronda, además de recordarle a la gente que debe de hacer para poder participar en el programa.

El conductor Adrián Uribe, aparece caracterizado con su personaje de Vítor, viste el uniforme de los ruleteros, en la camisa porta el número de ruta, una corbata, en la cintura lleva un peine y una revista, además de usar tenis y una peluca despeinada como parte de su caracterización, sin dejar de lado su forma de hablar tan peculiar.

3.3.4 Público

El público es el encargado de aplaudir y apoyar a los participantes. Al igual que en 100 mexicanos en el foro asisten 300 personas, pero casi no aparecen a cuadro, sólo cuándo van o llegan de comerciales la cámara que se encuentra al fondo del foro toma las espaldas del público aplaudiendo.

En la ronda de dinero rápido, cuándo los dos últimos participantes y el conductor le dan la espalda al público, la toma enfoca un letrero con el logo del programa y no se ve el público, sólo se escucha. Cuándo todas las respuestas del panel no son descubiertas, el conductor pide a la producción que las destape una por una y el público participa gritando la respuesta.

El público televidente hace que el programa siga al aire, por la medición del rating, tal vez por eso, en la primera etapa de este programa fue transmitido los domingos, actualmente se transmite martes y jueves a las 3 de la tarde.

3.3.5 Publicidad

Dentro del programa aparecían logos de Casa Geo, Chedraui, Casa Popular Mexicana, Despegar.com y de Súper lotto millonario. Actualmente Chedraui es el patrocinador principal del programa, la gente que gana el monedero electrónico debe de ir a gastarlo a las tiendas comerciales de esta marca, porque sólo ahí les hacen efectivo el premio.

Súper lotto millonario con los sorteos del trébol son los encargados de patrocinar los sorteos de las familias participantes para los diferentes programas, además de la ruleta donde aparecen los premios que pueden obtener los participantes en la última ronda, cuándo pasaban a la cabina dónde el último participante espera su turno el patrocinador era Casa Popular Mexicana, actualmente ya no aparece.

Si las familias participaban por ganarse una casa aparecía la publicidad de Casa Geo o dentro del concurso salía un recuadro con los teléfonos y página de Internet para más informes sobre las casas, ahora se agrego más dinero \$125.000.00 pesos, en lugar de la casa. Si el premio es el auto aparece el slogan de Nissan, o si el premio es un viaje a Cancún, le hacen publicidad a Despegar.com, una agencia de viajes con los mejores precios y servicio que se puedan encontrar.

3.4 “ATÍNALE AL PRECIO” CON MARCO ANTONIO REGIL



Este programa no solo es un consentido de las familias mexicanas sino de la televisión mundial, se ha transmitido en diferentes países, cada uno con su estilo. En México apareció por primera vez en 1997 y se transmitió hasta 1999 el conductor fue Marco Antonio Regil y como productor Enrique Segoviano. Debido al éxito este programa ha tenido 4 etapas, ahora en el 2010 regreso renovado y utilizando efectos de alta definición, el 12 de abril del mismo año, el conductor quién actualmente celebra veinticinco años de carrera artística, junto con el productor, los cuáles siempre han sido los mismos, Marco Antonio Regil y Enrique Segoviano. El programa puede ser visto los lunes, miércoles y viernes a las 3 de la tarde por el canal 2.

Una hora en la que los concursantes podrán ganar diferentes premios entre ellos el ya famoso ¡un auto!, la clave para ello es acercarse al precio, sin pasarse y si es posible atinarle al precio exacto.

A continuación mencionare el contenido, estructura, escenografía, público y publicidad que incluye este programa.

3.4.1 Contenido

Atínale al precio es un programa de concurso relacionado con la estimación de precios de artículos para el hogar, automóviles y artículos personales. Este programa fue el primero que dio premios de esta magnitud, además de que el concursante no ponía en riesgo su dignidad, no había pastelazos, globos con harina o cubetadas de agua.

Emisión tras emisión se pueden ver juegos de habilidad, destreza, inteligencia y fuerza, los cuáles harán que los concursantes puedan llevarse una gran variedad de premios y todo con el simple hecho de acercarse al precio de los productos, sin pasarse y si es posible dando el precio correcto. Un programa dirigido a toda la familia.

3.4.2 Estructura

Al inicio del programa se enfoca al público y después el escenario, en dónde se encuentran las edecanes y atrás de una cortina aparece el conductor Marco

Antonio Regil. Después Julio César Palomera, la voz oficial del programa, menciona a los cuatro concursantes elegidos previamente dentro de las 300 personas que asisten al programa para ser parte de la “línea de las cifras”, conforme se va quedando un lugar vacío, al término de cada concurso se llama a otro participante, para que ocupe ese lugar, durante una hora de transmisión sólo participan nueve personas en la línea de las cifras.

La línea de las cifras, es la primera de cuatro etapas, en la cuál el participante que acierte o se aproxime más al precio de compra del producto mostrado, sin pasarse, ganará la oportunidad de jugar en alguna de las mecánicas del programa. En la segunda etapa, el participante concursante por premios de mayor precio que pueden ser refrigeradores, lavadoras, equipos de cómputo, de sonido, bicicletas, motocicletas, recámaras, salas, comedores, dinero en efectivo y lo que todo mundo espera y es característico del programa: ¡un auto!.

En la tercera etapa se encuentra una rueda de la fortuna con diferentes números los cuáles son considerados centavos y el cien es un peso. Cada uno de los 6 concursantes que han llegado a esa etapa, tienen la oportunidad de jugar y atinarle al peso si lo logra además de asegurar su pase a la última etapa se lleva en efectivo \$1,000.00, si esto se consigue, tiene derecho a un tiro extra donde puede ganar \$5,000.00, \$15,000.00 pesos o si le vuelve a tocar el peso, se puede ganar un automóvil del año, el segundo participante que obtenga más puntaje en la rueda, tiene que disputar con el primer seleccionado su pase para la última etapa en donde puede ganar más premios.

La última etapa con el que cierra el programa es el “Gran paquete”, un premio de más de \$100,000.00 pesos, en artículos como: viajes, salas, recámaras, cocinas integrales, salones de lectura, gimnasios, comedores y también la posibilidad de un auto. Los concursantes deben de atinarle al precio sin pasarse además cuentan con un margen de error que les es asignado a través de una pantalla multimedia dónde aparecen diferentes cifras de dinero y es lo que se les respeta para poder llevarse el gran paquete, todos los precios de los premios son sin iva.

Los juegos clásicos que ya habían aparecido en otros períodos del programa son: hoyo en uno, el tiempo es oro, la llave maestra, con melón o con sandía, el cambalache, entre otros. Algunos de los juegos nuevos son: contrapeso, ¿cuánto fue?, ¡está carísimo!, límite de crédito y vamos a mitas.

3.4.3 Escenografía

Esta nueva generación de Atínale al Precio tiene una nueva imagen con interacción multimedia y tecnología de alta definición. Al principio del programa podemos ver un escenario lleno de iluminación, por todo el foro se pueden ver signos de pesos con luces.

En la línea de las cifras donde se colocan todos los participantes son mesas con cuatro micrófonos, al frente se coloca el nombre y la cantidad que cada concursante dice del producto en juego. Cuando pasan a la segunda etapa, cada juego tiene su propia escenografía, si aparece un auto, sólo se abre una

cortina en donde se encuentra oculto el carro y pueden concursar para ganárselo en la llave maestra, tanque lleno, ¡está carísimo!, uno arriba y uno abajo, entre otros, uno de los juegos tradicionales del programa es “hoyo en uno”, consta de un pequeño golfito en donde el participante primero debe de adivinar los precios de algunos productos domésticos, colocándolos en escalera, para saber desde que línea va a tirar la pelota de golf, pero además de atinarle a todos los precios gana un bono de \$5000.00 pesos y si atina al hoyo se gana el auto.

Por lo general todos los premios están ocultos atrás de una cortina, sólo cuándo se juega en la caja fuerte, aparece simulada una puerta de caja fuerte, en la cuál se encuentra oculto el premio que esta en juego o si son pequeños, las edecanes se encargan de llevarlos en unas pequeñas mesas móviles. Alejandra, Paola, Roxana y Valeria son las 4 edecanes que acompañan a Marco Antonio Regil en esta nueva temporada, ellas siempre visten vestidos muy pequeños y con muchos brillos.

El conductor cuenta con una personalidad abierta, juguetón y dejándose apachar por el público, en especial por las mujeres que lo piropean y quiénes lo sorprenden con caricias y besos robados. Su vestimenta es traje, chaleco y corbata.

3.4.4 Público

En este programa la participación del público es más notable, ya que del mismo se escoge a los participantes que concursan en el programa. Además ellos son los que ovacionan a los concursantes que están participando, igualmente ayudándolos a elegir la cantidad correcta del premio.

El público es el encargado de animar y hacer que este programa tenga tanto éxito, porque aparte del que asiste al foro, el público televidente tiene la oportunidad de ganarse \$50.000.00 pesos, cada viernes, siempre y cuándo mande por medio de mensaje celular y le atine al precio de algunos productos que aparecen en pantalla.

3.4.5 Publicidad

El patrocinador oficial de esta etapa del programa es Chedraui y Chevrolet. El primero patrocina todos los premios que están en juego y que deben de adivinar los participantes. Chevrolet es el que patrocina los autos, siempre varían los modelos del automóvil puede ser un chevy, un monza, un aveo, una camioneta o un carro de más de medio millón de pesos.

Durante el programa se le hace publicidad a Chedraui, pasan imágenes de la tienda, de los productos colocados en los estantes de la tienda y dentro del foro aparece el slogan de esta tienda “Chadraui, cuesta menos”. Actualmente, al final del programa mencionan a Bécalos, una iniciativa de la Asociación de

Bancos de México y Fundación Televisa en alianza con algunas instituciones educativas para otorgar becas de estudio de ciclo completo a estudiantes de educación media superior, superior y capacitación a profesores y directivos⁵⁸.

⁵⁸ www.fundaciontelevisa.org/becalos/

3.5 “SEXOS EN GUERRA” CON INGRID CORONADO Y FERNANDO DEL SOLAR



El programa *Sexos en guerra* dio inicio el 17 de febrero de 2002 un programa donde se buscaba mostrar cuál era el verdadero sexo débil y cuál el fuerte. A través de los diferentes juegos se ponía a prueba la agilidad, puntería, memoria, resistencia de mujeres y hombres. Esta producción estaba a cargo de Carlos Sacco, los conductores empezaron siendo Fernando del Solar y Wendy Braga, la cuál fue después sustituida por Ingrid Coronado. Este programa era transmitido los sábados a las 19 horas.

En seguida mencionare el contenido, estructura, escenografía, público y publicidad que contiene este programa.

3.5.1 Contenido

El programa presentaba a dos equipos, conformados por tres hombres y tres mujeres, a los cuáles se les decía padrinos y madrinas, los equipos estaban conformados por personalidades del medio artístico como actores, cantantes, la primera generación de La Academia, entre otros, los cuáles eran apoyados por los conductores y el público que se encontraba en las gradas, dividido a la mitad, de un lado sólo hombres y del otro sólo mujeres.

El programa contaba con una variedad de concursos muy divertidos y atrevidos. Un ballet formado por cuatro chicas, dos chicos fornidos, además de refranes y canciones tanto machistas como feministas, que los conductores y en especial el público utilizaban para atacarse mutuamente. También se les daba espacio a los artistas invitados para que pudieran cantar.

Esta versión mexicana del programa es muy similar al programa venezolano *La Guerra de los Sexos*, hecho por la compañía Venevisión y que se ve a través del canal TVC transmitido por sistema de paga.

El objetivo del programa era que la gente pudiera divertirse y pasar un rato agradable, viendo como compiten hombres y mujeres por demostrar cuál de los dos sexos es el más fuerte. La destreza y agilidad son muy importantes para conquistar cada prueba.

3.5.2 Estructura

Al inicio del programa se hacía la presentación de los dos equipos de competidores de famosos que usualmente aparecían sentados frente al público y eran presentados por la voz promotora del programa como madrinas y padrinos, después eran presentados los conductores Ingrid Coronado y Fernando del Solar, los cuáles salían detrás del escenario. Después de la presentación se daba inicio a las competencias, en donde cada equipo debía ir acumulando puntos. En caso de empate, se recurría a un dado identificado con colores rosa (mujeres) y azul (hombres).

En el programa, los participantes tenían la posibilidad de demostrar sus habilidades entre más de 100 juegos, como: baja una estrella, colócalo en su lugar, beso a beso, explosión acuática, dar en el blanco, la silla explosiva y brindemos, por nombrara algunos. Los invitados tuvieron que correr, bailar, cantar, reír, por conseguir más puntos y ganar las pruebas.

En el concurso de beso a beso, a un representante del equipo femenino le tapaban los ojos, para que un participante del equipo masculino le diera un beso, el participante que tenía los ojos tapados tenía que adivinar quién le daba el beso, el concursante tenía dos oportunidades para adivinar, con la misma mecánica el participante del equipo masculino debía de hacer lo mismo.

Al término del programa se daba el total de puntos para saber quién era el equipo ganador y el equipo perdedor se tenía que meter a una cabina con vitrales transparentes para darse un baño de agua helada.

3.5.3 Escenografía

Lo principal en todo el set era que en toda la iluminación y decoración predominaba el color rosa y azul, al público se les daba mechudos, para poder apoyar a los concursantes, que después cambiaron a pañuelos en rosa y azul. El piso del escenario tenía muchos colores, cada mesa o bote que se utilizaba para algún concurso eran en tonos azules y rosas. Hasta el marcador que aparecía en pantalla era en rosa y azul, respectivamente. Las mesas donde se colocaban los participantes tenían el logo del programa “sexos en guerra”. Después de que salían los conductores, detrás de ellos salían fuegos artificiales que servían para enmarcar la presentación del programa.

Si se hacían concursos sucios (romperse huevos, echarse pintura, mojarse), se les daba a los participantes un impermeable rosa y azul o transparente pero con la orilla de esos dos colores. Eran concursos de destreza, en donde se tenía que demostrar las habilidades de cada grupo. En el escenario llegaron a utilizar una tina de baño, una cama, en donde dos participantes, hombre y mujer, se colocaban y se les iba dando vueltas y ellos tenían que contestar una pregunta, para ir sumando puntos, a los participantes se les colocaban protecciones para los codos y rodillas, porque si se soltaban caían a un colchón inflable.

En el concurso de “arguenderos y arguenderas”, se colocaban mamparas en el centro del escenario, donde se simulaban departamentos y cuatro chismosos (concurstantes), se decían una frase que al final se tenía que revisar cuántas palabras se atinaban. Los participantes tenían mandiles de cocina y audífonos que no permitían que escucharan lo que se les decía, sólo tenían que leer los labios o interpretar lo que hacía el participante anterior. Las paredes de las mamparas estaban pintadas de colores y algunas tenían figuras de cama, mesa, cocina o floreros que adornaban como si fuera una vivienda, las ventanas por donde se comunicaban eran cerradas con una persiana, para que ya no se vieran los participantes. En este concurso los conductores participaban, ellos eran los que ponían la frase final, algo similar al juego de teléfono descompuesto.

Al término del programa en el centro del escenario aparecía una cabina con vitrales transparentes y una regadera, en donde el equipo perdedor se tenía que meter para darse un baño de agua helada.

Cada concurso tenía compuesta una canción, la cuál era cantada al inicio del mismo. Antes y después de comerciales alguno de los dos públicos cantaba su canción representativa, la misma canción era cantada si ganaba su equipo el concurso por el que estuviera participando.

El programa contaba con un ballet formado por cuatro chicas y dos chicos fornidos, los cuáles siempre estaban en traje de baño o pequeños vestuarios.

Los conductores vestían casual, Ingrid siempre salía con un vestido pegadito, zapatillas y peinados diferentes, Fernando vestía pantalones casuales y saco.

3.5.4 Público

En este programa el público era el encargado de animar. Cada público apoyaba a su equipo, el programa contaba con refranes y canciones feministas y machistas, cada que ganaba un equipo su público cantaba dirigiéndose al público perdedor.

El público es el más importante en este tipo de programas, siempre apoyan a su equipo, con porras, chiflidos, gritos y cantos. En algunas ocasiones usaban a gente del público para ayudar a los equipos con algunos concursos, como en “échale tijera”, en este concurso un representante del público de cada equipo pasaba al frente, le hacían una pregunta y si no contestaba bien el famoso participante le tenía que cortar el cabello, pero si contestaba bien la pregunta al otro contrincante le cortaban más el cabello.

El público televidente participaba mandando chistes feministas o machistas al programa y estos eran leídos por los conductores, los cuales formaban un ambiente de reto donde se dirigía el chiste para resaltar cualidades de mujeres triunfadoras, amas de casa y hombres sobresalientes o denominados mandilones.

3.5.5 Publicidad

En este programa aparecía ocasionalmente un recuadro en la parte superior derecha de la pantalla durante el programa de AOL, anteriormente conocida como America Online, una empresa de servicios de internet y medios con sede en Nueva York. Cuando alguno de los invitados estrenaba telenovela u obra de teatro, hacían la mención o si se presentaba algún cantante, se le daba la oportunidad de cantar y hacerle publicidad a su nuevo disco o sencillo.

3.6 “EL RIVAL MÁS DÉBIL” CON MONTSERRAT ONTIVEROS



El rival más débil se estrenó en el año 2003, conducido por Montserrat Ontiveros, quién por lo general tiene un trato frío y poco amable, criticando y burlándose de las equivocaciones de los concursantes, logrando así dejarlos en evidencia. El productor del programa fue José Luis Romero con coproducción de TV Azteca con Grundi y Freemanke Media

El rival más débil (*The Weakest Link*), fue un programa basado en un juego de preguntas y respuestas, en el que un grupo de ocho desconocidos trabajaban en equipo, para que ronda a ronda, contestaran el mayor número de preguntas dentro de un tiempo límite, al final sólo uno era el ganador del premio en efectivo que se llegara a juntar, que podía ser hasta 200 mil pesos, durante el juego todos botaban por elegir al rival más débil y así se iban eliminando los demás participantes.

Este programa fue transmitido por el canal 13 los sábados a las 22:00 horas, en el 2007 fue cambiado al domingo a las 21:00 horas. Después de un descanso de casi un año, la emisión regresó en 2008 por Azteca 7 los lunes, miércoles y viernes a las 21:00.

Este programa ha sido reconocido con el “Premio Principios” otorgado por El Consejo de la Comunicación, “Premio Quilitas”, “Premio Generación” otorgado por la UNAM y “Premio a Favor de lo Mejor en Televisión” otorgado por el Consejo de la Comunicación⁵⁹.

A continuación mencionare el contenido, estructura, escenografía, público y publicidad que encierra este programa.

3.6.1 Contenido

Era un programa basado en un juego de preguntas y respuestas, en el cuál un grupo de ocho desconocidos debían trabajar en equipo, ronda a ronda para contestar el mayor número de preguntas dentro de un tiempo límite pero sólo uno de ellos sería el ganador, llevándose a casa el premio en efectivo, los demás se irían sin nada, al ser eliminados uno a uno en la votación para elegir a “el rival mas débil”.

El programa tenía un formato ágil y dinámico, con debate de preguntas y respuestas contra reloj, abarcaba cultura general, programación de televisión y

⁵⁹ www.tvazteca.com/entretenimiento/elrival/

marcas, el concursante tenía que ser inteligente y astuto para no escuchar "Tú eres el rival más débil, adiós", era la frase que identificaba al programa, la cuál la conductora decía a cada participante cuándo se tenía que retirar del juego.

3.6.2 Estructura

El programa comenzaba con los 8 participantes del concurso, sentados en una sala, la voz promotora del programa comentaba que uno de ellos podía ser el afortunado de ganar el concurso, demostrando sus habilidades y competencias dentro del programa. Después la conductora daba la bienvenida al programa y decía "cualquiera de estos ochos participantes podrá llevarse hasta \$200.000.00 mil pesos, conozcamos al equipo". Después de esto cada participante se tenía que presentar, mencionando su nombre, edad y ocupación.

Se comenzaba la primera ronda con una duración de 3 minutos y se comenzaba haciendo las preguntas en orden alfabético, se tenía que ir acumulando dinero y para ello los concursantes tenían que decir "banco", tratar de no equivocarse para poder juntar \$25.000 pesos, ronda a ronda. Después de terminar la primera ronda se tenía que eliminar al primer concursante, la conductora hacía comentarios sarcásticos como "quién de ustedes cree que una pulgada, es una pulga que concede deseos", después cada uno de los concursantes tenía que hacer su votación para eliminar al rival más débil.

Para seguir con las rondas se comenzaba con el rival más fuerte, en este momento era cuando los concursantes se daban cuenta de quién llevaba más puntos, así sucesivamente se llevaban a cabo todas las rondas hasta que quedara dos concursantes y de entre ellos, se eligiera al vencedor. No todas las veces el ganador era el concursante que más preguntas correctas hubiera contestado, si no que en cada votación los participantes tenía que tomar estrategias para eliminar a sus compañeros, juntar la mayor cantidad de dinero, contestar las últimas 5 preguntas bien o el mayor número de preguntas y así conseguir ganar el concurso.

Cada que salía un participante, se le daba el derecho de replica, tenían como un minuto para comentar si estaban de acuerdo con su descalificación y quién opinaba que pudiera salir en la siguiente ronda.

3.6.3 Escenografía

El escenario era circular, la conductora se colocaba en el centro del escenario y los participantes se encontraban alrededor y de frente de ella, en una media luna, los colores del set eran negros y azules, la conductora siempre vestía de color negro, con lentes y siempre en un estado serio, sólo debajo de ella se encendía una luz amarilla.

Cada participante tenía un atril donde se coloca su nombre y el participante tenía una pantalla en donde podía ir haciendo su votación para eliminar a su

contrincante. Atrás de cada participante se encendía una luz azul que simulaba un resplandor.

En cada ronda, aparecía en la pantalla del televisor del lado izquierdo las cantidades de dinero que se iban acumulando, ningún participante se debía de equivocar porque de lo contrario se empezaba a sumar desde la primera cantidad de dinero. Cada que se hacía la votación para eliminar al rival más débil, las luces se encendían en color rojo, se escuchaba un sonido representativo del programa que junto a una voz en off le ayudaban al televidente a saber quién era el próximo que debería salir, pero no siempre las predicciones son las correctas, ya que entre los mismos participantes se debían ir eliminando y sólo ellos contaban con su memoria para poder decidir quién era el rival más débil.

3.6.4 Público

El público casi no tenía mucha interacción durante el programa, la mayoría del tiempo se mantenía la luz en el escenario y todo alrededor permanecía oscuro. Se podría decir que no asistía público al foro, ya que siempre se enfocaba a los concursantes y no se escuchaba voces de más personas.

3.6.5 Publicidad

Durante el programa no aparecían marcas de productos comerciales, la única publicidad que aparecía era anuncios de programas de la televisora, canal 7 y canal 13, pero sólo eran pequeños recuadros en la parte superior de la pantalla.

3.7 “PARA TODOS” CON MAURICIO BARCELATA, MIMI, HÉCTOR Y LA GÜEREJA



Para Todos era un concurso para toda la familia, estaban a cargo de la conducción el actor Héctor Soberón, la actriz María Elena Saldaña “La Güereja”, la cantante y conductora Mimi, el actor y conductor Mauricio Barcelata y Luis Armando ex alumno de una de las academias. Este programa inició transmisiones el 26 de enero de 2009 a las 12 del día con una duración de tres horas, se pretendía entretener y divertir al público que asistía al foro como al público que los seguía a través de la televisión.

Este programa terminó su transmisión el 10 de mayo de 2010 porque se mencionó que uno de sus integrantes tuvo problemas con drogas y al parecer fueron sancionados por el dueño de la televisora.

En seguida mencionare el contenido, estructura, escenografía, público y publicidad que contiene este programa.

3.7.1 Contenido

El programa presentaba concursos de baile, canto, destreza, además presentaban secciones de espectáculos, cocina y la sección de las Travesuras de "la Güereja", en donde la actriz hacía sketches que se centraban en sus ocurrencias y aventuras que realizaba junto con invitados y conductores del programa, además de dos payasos conocidos como "Los Destrampados", quienes entretenían al público con su buen humor.

Otra sección divertida era la de los "hechiceros", en esta sección participaban exclusivamente "la Güereja", Mauricio Barcelata y "Paolo Botti" algunas veces también Hectór Soberón, en la que interpretaban a unos brujos que presentaban videos divertidos que mandaba el público al correo electrónico del programa.

3.7.2 Estructura

Diariamente asistían al programa como invitados dos personajes del elenco de TV Azteca, los cuáles apoyaban a las familias participantes en los concursos, en conjunto debían de apoyarse para lograr acumular puntos y al final del programa ganaba la familia que hubiera obtenido el mayor puntaje.

Para lograr un mayor rating se llevó a cabo la Copa "TV Azteca baila Para Todos", un concurso que consistió en una competencia entre 11 equipos, todos integrados por actores, conductores y cantantes de la televisora, que tenían que preparar una coreografía y tenían que ser calificados por un jurado. Además de que el equipo ganador fue elegido por el público, a través de una votación abierta al espectador.

Después del éxito obtenido, se llevó a cabo otro reto "Canta y baila Claridad" en este reto participaron diferentes equipos de producciones de programas de TV Azteca, como: cada quién su santo, lo que llamamos las mujeres, entre otras. El concurso consistió en cantar y bailar la canción "Claridad" del grupo musical de Puerto Rico "Menudo" que tuvo éxito en nuestro país en los años 80's, en una versión diseñada por cada equipo, este reto también contó con un jurado y el público podía hacer sus votaciones a través de su teléfono celular.

3.7.3 Escenografía

El set de este programa tenía muchas tonalidades, habían figuras de colores, en especial pelotas con una franja que simulaba una sonrisa, pintadas en los muros que formaban parte del logo del programa. En el centro del escenario y al fondo se colocaba la banda de música la cuál musicalizaba cada sección a lo mismo que tocaban y cantaban en cada concurso, en especial en el concurso de "cántala en fa", las dos coristas vestían con colores similares y los muchachos siempre vestían de negro.

Se utilizaban diferentes mamparas las cuáles estaban decoradas con imágenes de paisajes o simplemente colores, estas eran utilizadas cuando entraban los sketches y las bromas. Por lo regular los demás concursos eran hechos en el escenario, sólo se utilizaban algunas mesas, micrófono, colchón para la “bottivuelta” o los papeles que caían cuando cantaban o bailaban los participantes o aparecía un invitado musical.

En las pantallas de televisión que se colocaban en lugares estratégicos, sólo aparecía el logo del programa y al menos que se tuviera algún enlace con un reportero que se encontrara cubriendo la nota de un evento, estas eran utilizadas. Al término del programa se hacía un concurso que se llamaba “tengo miedo”, en donde se le hacía una pregunta a cada participante y sólo debía de contestar cierto o falso, si se contestaba mal se le daba toques, todo el equipo debía de estar tomado de las manos. Después se daban los resultados finales y así se sabía que familia era la ganadora. Los ganadores se llevaban algunos productos domésticos que eran presentados al final del programa.

3.7.4 Público

El público participaba mucho en el programa, los conductores trataban de estar siempre cerca del mismo. Había ocasiones que iban personas de la tercera edad, con silla de rueda o alguna discapacidad, los conductores se acercaban a abrazarlos y a platicar unos momentos con ellos.

En medio y en la parte de arriba del público se simulaba una cabina de radio, en donde se colocaba Arturo Macias, un locutor de radio que después entró a apoyar por falta del conductor que salió por problemas de droga. El público podía subir a esta cabina y contar algún chiste, chisme o mandar saludos a sus conocidos, era un espacio para el público.

También participaban para ayudar a elegir ganador en algún concurso de baile o canto, cuando asistían a imitar algún artista, el público tenía que aplaudir y así los conductores se apoyaban para elegir a un ganador. Algunas veces el público televidente también podía participar mandando su voto a través de su teléfono celular.

3.7.5 Publicidad

Durante el programa presentaban a quienes iban hacerse publicidad, personal que preparaba tacos, hamburguesas, nachos, tacos de guisados, entre otros, además de dar a probar a los conductores y al público que asistía al programas, podían dar su ubicación o teléfonos para contratar. En las secciones de cocina, había ocasiones que mencionaban algún producto comestible como los sazonadores.

También le hacían publicidad a los programas de televisión que se estrenaban o estaban al aire, como la 7ª generación de la academia y el gran desafío de estrellas, los participantes descalificados de estas dos producciones asistían a participar y se les daba la oportunidad de cantar o presentar sus

nuevos materiales discográficos, además de pedir votaciones para sus demás compañeros que estuvieran todavía concursando.

Durante los juegos amistosos que la selección mexicana tuvo antes del mundial, aparecían mamparas con fotografías de la selección y mensajes de apoyo a la misma, terminando el programa con gritos y porras para la selección.

CONCLUSIONES

Los Programas de Concurso dentro de la televisión mexicana son y han sido de gran importancia para el entretenimiento del público, hacen que las televisoras obtengan un alto rating. Se busca transmitirlos en los mejores horarios como son por la tarde y a veces fines de semana, cuándo la gente se encuentra comiendo o tranquilamente descansando en sus casas. La promoción que las televisoras le dan a los programas, hacen que las masas esperen con ansias sus estrenos, además sirven para que la gente se distraiga y se divierta participando desde los diversos lugares donde se encuentren, involucrándose con los concursantes cuando participan emitiendo emociones visuales, mímicas y verbales.

Después del análisis que se hizo en esta investigación nos podemos dar cuenta como han evolucionado a través del tiempo los programas de concurso, porque los han tomado como medio para motivar al público para que ciertos productos o tiendas comerciales que manejan la mercadotecnia tengan ventas. Antes se notaba el bajo presupuesto con el que se realizaban los programas y la poca creatividad, ahora las televisoras se han conformado con comprar los derechos de programas exitosos de otros países, modificando el contenido, la estructura y el escenario para seguir manteniendo el éxito del programa, pero principalmente utilizando la promoción o publicidad de productos que patrocinan en dichos programas.

No han cambiado mucho los diferentes tipos de concurso, la mayoría de los programas siguen siendo de preguntas y respuesta, adivinar palabras, frases o precios de productos. Sólo la forma en que se plantean las preguntas y el tipo de programa es lo que hace entretenido, al mismo. Además el conductor tiene en gran parte el mayor trabajo, porque si no es agradable y demuestra buena actitud en el programa, esto puede afectar para el éxito del concurso, como le sucedió a *Jeopardy*, *Gente con chispa* y *La silla*, estos programas eran transmitidos por TV Azteca y la conducción estaba a cargo de actores, la televisora compró los derechos en los países originales y el éxito no fue el mismo, tal vez porque los conductores no eran tan carismáticos como los originales, por ejemplo *Jeopardy* tiene muchos años transmitiéndose en Estados Unidos y en México, sólo tuvo pocas transmisiones.

El éxito de *100 Mexicanos dijeron* se debe en mucho al carisma del conductor, Marco Antonio Regil es una persona muy agradable, tiene buena interacción con el público, se identifica con los participantes e involucra al mismo para que le provoque confianza, logrando que la mayoría de los programas que se encuentran a su cargo como conductor, tengan éxito. Esto también es reflejado en el programa *Atínale al precio*, ya que después de muchos años se vuelve a reestrenar el programa y su éxito es reflejado.

El programa conducido por el comediante Adrián Uribe, *100 Mexicanos dijieron*, es la misma versión del programa *100 mexicanos dijeron* y la comicidad del conductor, hacen que el programa sea divertido y en ocasiones chusco. El comediante tiene muchas ocurrencias que hacen que tanto los

concursoantes como el público se diviertan con sus chistes, comentarios y la forma tan peculiar que tiene para hablar, muchas personas se pueden identificar, lo he comprobado cuando escucho en la calle, en la escuela o en algunas reuniones con amigos, palabras o términos comunes que utiliza dicho comediante.

La pareja de trabajo y sentimental que hacen en pantalla Ingrid Coronado y Fernando del Solar, reflejan la buena química que hay entre ellos, cuando participaron en el programa *Sexos en guerra* los conductores eran muy carismáticos y demostraban su buena actitud con los concursantes y el público que asistía al foro. Actualmente estos conductores se encuentran a cargo de la conducción del programa *Venga la alegría* de TV Azteca, un programa de revista matutina que cambió formato y sus conductores en agosto de 2010 por la falta de rating, debido a que los conductores eran menos populares y las secciones poco interesantes para el público. Después de que volvieron a la pantalla, esta pareja demuestra que son muy aceptados por el público, por su carisma y popularidad.

En lo particular pienso que el formato de *La guerra de los sexos* de la televisora Venevisión de Venezuela, es más atractivo, los conductores son más carismáticos y utilizan frases cotidianas de su país que provocan en México ser chuscas, los invitados son actores internacionales, los concursos son más divertidos y la duración del programa es más larga. Este programa lleva al aire más de 10 años y sólo es transmitido por el sistema de paga.

El rival más débil es un programa divertido, su frase tan peculiar hace que mucha gente la repitamos cuándo se esta transmitiendo, sólo hay que hacer de lado la frivolidad de la conductora para hacer sus comentarios burlones hacia los concursantes, tal vez la producción los ordena para animar el programa pero no es muy grato escuchar que ridiculicen a las personas, sólo por contestar mal una pregunta, ya sea por la falta de conocimiento o porque los nervios los traicionen. Aunque personas que toleran la frivolidad pensarían todo lo contrario y verían el programa interesante por el contenido de las preguntas de conocimientos que se emplean.

El programa *Para todos* tuvo muy buena aceptación entre el público, el buen compañerismo que se reflejaba entre los conductores hizo que mucha gente los siguiera, entre ellos el ex integrante de la academia Luis Armando "Botti", un joven que obtuvo mucha aceptación por el público y que cualquier tontería o mal chiste que él hacía era halagado por los mismos. Este programa trató de ser divertido y entretenido para toda la familia, los conductores trataban de quedar bien con la gente que asistía al foro y les daban un poco de su tiempo para hacerlos sentir bien. La producción del programa trató de ser original y tuvo dos competencias de baile muy importantes, donde los participantes eran personajes y actores de Tv Azteca, los cuáles hicieron que mucha gente y producciones estuvieran al pendiente de que equipo ganaría, porque lograron reunir a una gran parte del elenco de la televisora, logrando que mucha gente los sintonizara. Pero como en todo, la mala decisión que tuvo el conductor Luis Armando al consumir drogas, ocasionó que el programa llegara a su fin en el mes de mayo de 2010.

En lo particular los programas de concurso son muy entretenidos para los adultos, amas de casa y padres de familia, que después de sus labores u hora de descanso se divierten con este tipo de programas. Los concursos hacen que mucha gente permanezca al pendiente de ellos, porque dependiendo el formato del programa es lo que más atrae a los públicos, a la hora de la comida es el mejor momento para la transmisión de los concursos, porque es cuándo la audiencia se sienta cómodamente a consumir sus alimentos y pasar un buen rato viendo la televisión, ahora que la mayoría de los lugares cuenta con un aparato de televisión como elemento fundamental de la atracción.

BIBLIOGRAFÍA

- ❖ BARKER, Chris. Televisión, globalización e identidades culturales. Ediciones Paidós. España, 1999.
- ❖ BUSTAMANTE, Enrique. La televisión económica. Financiación, estrategias y mercados. Gedisa editorial, 1ª edición, Octubre 1999. España.
- ❖ CARRANDI Ortiz, Gabino. Testimonio de la Televisión Mexicana. Editorial Diana. 1986, México.
- ❖ CASTELLOT de Ballin, Laura. Historia de la Televisión en México, narrada por sus protagonistas. Editorial Alpe, México, 1993, pp. 550
- ❖ CASTELLOT, Gonzalo. La Televisión en México 1950-2000. EDAMEX. 1999, MÉXICO.
- ❖ CEBRIÁN Herreros, Mariano. Análisis de la información audiovisual en las aulas. Editorial Universitas, S.A. 2003, España.
- ❖ CEBRIÁN Herreros, Mariano. La información en televisión. Obsesión mercantil y política. Gedisa Editorial, Octubre 2004. Barcelona

- ❖ CIPRIANI, Ivano. La televisión. Ediciones del Serbal, 1ª Edición, 1982. Roma.
- ❖ CROVI Druetta, Delia (Coord.) Desarrollo de las industrias audiovisuales en México y Canadá. Proyecto Monarca, 1ª Edición 1995. México
- ❖ DE LA MOTA Oreja, Ignacio H. Diccionario de comunicación audiovisual. Editorial Trillas. 1ª edición, Julio 1998. México.
- ❖ ECO, Humberto. Cómo se hace una tesis. Editorial Gedisa. España, 2001.
- ❖ El pequeño Larousse ilustrado. Ediciones Larousse, 14ª edición, 2009. México.
- ❖ ESTEINOU Madrid, Javier (Coord.). Espacios de comunicación. Universidad Iberoamericana, 1ª edición 1998. México.
- ❖ FERNÁNDEZ Christlieb, Fátima, Los medios de difusión masiva en México, Editorial Juan Pablos, México, 1982, pp. 332.
- ❖ FERNÁNDEZ Editores. Diccionario Academia Avanzado de la Lengua Española.

- ❖ FERRIZ Santa Cruz, Pedro. El Mundo de Pedro Freís. Nuestra Época. Editorial Diana. México. 1ª Edición octubre de 2007.
- ❖ GÓMEZ Mont, Carmen (Coordinadora). La Metamorfosis de la TV. Programa Institucional de Investigación en Comunicación y Prácticas Sociales Departamento de Comunicación. 1ª Edición, 1995. Universidad Iberoamericana, A.C. México.
- ❖ GONZÁLEZ Treviño, Jorge Enrique. Televisión y Comunicación. Un enfoque teórico-práctico. Editorial Alhambra Mexicana. 1994, México.
- ❖ GONZALO Castellot. La televisión en México. 1950-2000. editorial EDAMEX. México 1999.
- ❖ GUTIÉRREZ González; Mónica D. y Villarreal Barocio, Mítrala I. “Manual de producción para TV”. Editorial Trillas. 1ª Edición, Julio 1997. México.
- ❖ IMBERT, Gérard. El zoo visual. De la televisión espectacular a la televisión especular. Gedisa Editorial. 2003, Barcelona.
- ❖ LACALLE, Charo. El Espectador Televisivo. Los Programas de Entretenimiento. Gedisa Editorial. 1ª Edición, Marzo 2001. España.
- ❖ LINARES, Marco Julio. El guión. Elementos-formatos-estructuras. Alhambra Mexicana, 1ª edición 1983. México.

- ❖ LÓPEZ Forero, Luis. Introducción a los medios de comunicación. Editorial Impronta. Colombia 1980.
- ❖ LUCAS Marín, Antonio. Sociología de la comunicación. Editorial Trotta. Madrid, 1999.
- ❖ MEJÍA Barquera, Fernando. Apuntes para una historia de la televisión Mexicana. Coeditado por Espacio 98 y Revista Mexicana de Comunicación. 1ª edición 1998. México
- ❖ MEJÍA Prieto, Jorge, Historia de la Radio y la T.V. en México, Editorial Editores Asociados, colección México Vivo, México, 1972, pp. 324.
- ❖ MELÉNDEZ Crespo, Ana. La TV no es como la pintan. Rutinas, moldes, discursos, programas y público. Editorial Trillas, 1ª edición Febrero 2001. México.
- ❖ MORAGAS, Miguel de. Sociología de la comunicación de masas. Editorial Gustavo Gili. Barcelona, 1985.
- ❖ OROZCO, Guillermo (Coord.). Historia de la televisión en América Latina. Gedisa Editorial, Junio 2002. Barcelona.

- ❖ OROZCO Gómez, Guillermo (Coord.). Miradas latinoamericanas a la televisión (ensayos del PROIICOM, 2). Universidad Iberoamericana, A.C. México, 1996.

- ❖ ORZA, Gustavo F. Programación televisiva. Un modelo de análisis instrumental. Series Categorías Colección Inclusiones, La Crujía Ediciones. 1ª Edición 2002. Argentina.

- ❖ PARDO José R y Fernando. Esto es televisión. Aula abierta Salvat. Salvat Editores, 1982. Barcelona.

- ❖ ROJAS Soriano, Raúl. Guía para realizar investigaciones sociales. Universidad Nacional Autónoma de México.

- ❖ SALÓ, Gloria. ¿Qué es eso del formato? Cómo nace y se desarrolla un programa de televisión. Gedisa Editorial, 1ª Edición. Enero 2003. España.

- ❖ SÁNCHEZ de Armas, Miguel A. (Coord.) Apuntes para una historia de la Televisión Mexicana. 1ª Edición, Marzo 1998. México.

- ❖ Secretaría de Comunicaciones y Transportes, La TV mexicana, en Revista comunicaciones y transportes, núm. 29, México, pp. 6-50.

- ❖ Televisa presenta. Editorial Océano de México. 1ª edición, 2006.

- ❖ TREJO Delarbre, Raúl (Coord.) Televisa. El quinto poder. Claves Latinoamericanas. 1ª Edición, 1985. México.

- ❖ Varios Autores, Tele Guía, edición especial de aniversario 1952-1992, Editorial Televisión, México, agosto de 1992, pp. 112.

- ❖ VICTORICA, Raúl D'. Producción en televisión: procesos y elementos que integran la producción en televisión. Editorial Trillas. 1ª Edición, Mayo 2002. México.

- ❖ VILLAMIL, Jenaro. La televisión que nos gobierna. Modelo y estructura desde sus orígenes. Editorial Grijalbo. México, 2005.

CIBERGRAFÍA

- ❖ Producción televisiva, Enciclopedia Microsoft® Encarta® 2000. © 1993-1999 Microsoft Corporation. Reservados todos los derechos.
- ❖ www-azc.unam.mx/publicaciones/gestion/num7/art7
- ❖ www.monografias.com/trabajos13/televis/televis.
- ❖ www.discapnet.es/guias/fichasdidacticas/html_comunicacion/programas
- ❖ www.ehui.com
- ❖ www.eluniversal.com.mx/espectaculos/70364
- ❖ http://es.wikipedia.org/wiki/Cultura_de_Mexico
- ❖ www.fundaciontelevisa.org/becalos/
- ❖ www.milenio.com/semanal/155/ar6
- ❖ <http://www.realarcade.com/game?>
- ❖ www.totally80s.forosgratuitos.net/.../fiebre-del-2

- ❖ www.tvazteca.com/espectaculos

- ❖ www.tvazteca.com/entretenimiento/doblecara/index.shtml

- ❖ www.tvazteca.com/entretenimiento/elrival/

VIDEOGRAFÍA

- ❖ Producción general: Diana Roldán. La vocación de entretener. Historia de la TV mexicana 2. México Siglo XX. Editorial Clío, libros y videos. 2001. duración aprox.: 43:10 min.