



# UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

**CONTRIBUCIÓN DE LOS PREMIOS AL MEJORAMIENTO  
DE LOS CONTENIDOS DE TELEVISIÓN EN MÉXICO.  
CASO PARTICULAR: PREMIOS QUALITAS DE A FAVOR DE  
LO MEJOR A.C.**



## TESIS

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:

**LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**ESPECIALIDAD EN PRODUCCIÓN**

PRESENTA:

**MARTHA VALERIA GONZÁLEZ PACHECO**

ASESOR: MTRO. RICARDO BALCÁZAR GARCILAZO

MÉXICO, D.F. MAYO 2008



Universidad Nacional  
Autónoma de México



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

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

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

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

A MIS PADRES:

La vida jamás me alcanzará para  
agradecerles...

Esto es de ustedes, por ustedes y para  
ustedes.

Los amo con todo mi ser.

GRACIAS.

## **GRACIAS...**

### **A DIOS,**

Por darme la oportunidad de existir.

Por darme la mejor familia

Por acompañarme toda la vida e  
iluminar mi camino.

### **A MIS PADRES,**

Que me dieron la vida, el amor, los valores,  
la educación y todo el apoyo para crecer y  
llegar hasta aquí.

Gracias por ser el mejor ejemplo.

### **A MI HERMANO,**

Por compartir su vida a mi lado.

Por fortalecer el ejemplo de profesionalismo  
y superación, por tu apoyo incondicional.

Simplemente por existir y ser mi hermano... Gracias.

## **GRACIAS...**

### **A LA FAM. CORTÉS PACHECO,,**

Por ser mi segundo hogar.

Por su apoyo y cariño.

Los adoro.

### **A TODA MI FAMILIA,**

Que me hace crecer día a día.

### **A BOGAHR,**

Por su amor, comprensión y apoyo

Gracias por estar aquí...

### **A TODOS MIS AMIGOS Y COMPAÑEROS,**

Que han enriquecido mi vida y mi formación  
haciéndome crecer día a día.

A Elizabeth, Sahyra y Mónica que han  
compartido cientos de anécdotas,  
sentimientos y momentos que nos han hecho  
madurar. Las quiero.

A Karla quien está ahí a pesar del tiempo y la  
distancia, fortaleciendo el cariño y el apoyo.

**GRACIAS...****A LA UNIVERSIDAD,**

Por darme la oportunidad de ser parte de ella.  
Por enseñarme a estructurar mi pensamiento.  
Y por ofrecerme lo que no tiene precio... educación  
Es un verdadero orgullo ser universitario...

**A RICARDO BALCÁZAR,**

Por su apoyo, tiempo, paciencia,  
dedicación y confianza  
Por compartir sus conocimientos, pero  
sobre todo por su amistad.  
Con profundo respeto...

**A LOS PROFESORES,**

Alma Rosa Alva de la Selva  
Federico del Valle Osorio  
Rolando Chávez Moreno  
Manuel Cortés Cortés  
Por su tiempo y dedicación.

**GRACIAS...****A EVA VILLARREAL,**

Por las oportunidades y por mostrarme  
la realidad de los medios.  
Todo mi respeto.

**A EDUARDO NAVA,**

Por enseñarme lo que es la televisión.  
Por compartir su notable inteligencia  
Por su calidad.  
Y por brindarme su amistad.

A todas y cada una de las personas que han  
atravesado por mi vida dejando en mi camino  
aprendizaje... Gracias.

## ÍNDICE

<b>INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>10</b>
<b>1. SOCIEDAD, COMUNICACIÓN Y MEDIOS.....</b>	<b>15</b>
1.1 La sociedad.....	15
1.2 La cultura.....	17
1.2.1 Normas y Costumbres.....	20
1.2.2 Valores.....	22
1.2.3 Moral.....	24
1.2.4 Principios humanos.....	25
1.2.5 Ética.....	25
1.3 Funcionalismo Social.....	27
1.3.1 Funciones.....	30
1.4 Gobierno.....	31
1.5 Comunicación.....	33
1.5.1 Comunicación de masas.....	35
1.5.1.1 Funciones de los medios de comunicación de masas.....	41
1.5.2 Medios de comunicación.....	42
1.5.2.1 Medios electrónicos.....	44
1.5.2.1.1 Televisión.....	44
1.5.3 Análisis de contenido.....	46
1.5.3.1 Análisis del mensaje de televisión.....	48
<b>2. LA TELEVISIÓN EN MÉXICO Y LOS PREMIOS A LOS MEJORES CONTENIDOS.....</b>	<b>51</b>
2.1 La televisión en México.....	51
2.2 Marco jurídico de la televisión en México.....	55
2.2.1 Ley Federal de Radio y Televisión.....	57

2.2.2	Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión y de la Ley de la Industria Cinematográfica. Relativo al contenido de las transmisiones en Radio y Televisión.....	61
<b>3.</b>	<b>ORGANIZACIONES Y PREMIOS A LOS MEJORES CONTENIDOS DE LA TELEVISIÓN EN MÉXICO.....</b>	<b>70</b>
3.1	Consejo dE la Comunicación.....	70
3.1.1	Premio Principios.....	71
3.2	A Favor de lo Mejor A.C.....	72
3.2.1	Antecedentes.....	72
3.2.2	Estructura Organizacional.....	74
3.2.3	Su objetivo.....	76
3.2.4	Funcionamiento.....	77
3.2.5	Información Sobre la Calidad de los Contenidos de los Medios (ICCM).....	78
3.2.6	Premio Qualitas.....	81
<b>4.</b>	<b>MONITOREO DE PROGRAMAS QUE OBTUVIERON EL PREMIO QUALITAS.....</b>	<b>84</b>
4.1	Canal 2.....	86
4.2	Canal 5.....	87
4.3	Canal 7.....	89
4.4	Canal 13.....	90
4.5	Canal 11.....	91
4.6	Canal 22.....	93
	<b>CONCLUSIONES.....</b>	<b>98</b>
	<b>ANEXO I.....</b>	<b>105</b>

<b>ANEXO II.....</b>	<b>109</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>115</b>
<b>PÁGINAS WEB CONSULTADAS.....</b>	<b>118</b>
<b>HEMEROGRAFÍA.....</b>	<b>120</b>

## INTRODUCCIÓN

Frecuentemente en la calle, con los amigos o en casa escuchamos frases como: *no hay nada bueno que ver en la tele o ese programa está muy feo* sobre todo cuando a los canales de cobertura nacional se refiere; sin embargo, la realidad nos muestra que la mayoría de las personas ve los mismos programas de los que todos nos quejamos.

La programación de hoy en día tiene como base los mismos formatos, ideas e historias desde hace muchos años, las diferencias entre producción y producción radican en la utilización de recursos técnicos y tecnológicos, así como escenográficos y de maquillaje. Pero esto no es una limitación para el público, éste continúa viéndolos.

Uno de los casos más sonados es el de la telenovela *La fea más Bella* cuya trama, tras meses de haber sido prolongada culminó el pasado 25 de febrero con una audiencia de 40.46 puntos raiting<sup>1</sup> nada comparables con los 1.16 puntos en promedio entre las 19:30 y las 22:00 horas de Canal 11 y los 0.86 en promedio entre las 19:00 y las 22:00 horas de Canal 22, incluso ni cercanos a los 9.0 que promedió la transmisión de la histórica *LXXIX entrega de los Oscars*, transmitida por canal 7 de TV Azteca.

Definitivamente esto nos puede dar muestra de que, independientemente de lo que cada uno de nosotros opinemos, las transmisiones de televisión son producto de lo que a la mayor parte del público le gusta ver, por malas y carentes de contenido que éstas sean.

---

<sup>1</sup> Fuente: Cifras obtenidas de las estadísticas elaboradas diariamente por IBOPE y proporcionadas por la Dirección de Programación de Canal 22.

La manera en que percibimos los mensajes transmitidos por medio de la televisión está determinada por nuestra condición social, económica, académica, de género y de edad, entre otras; por lo tanto, lo que para mi puede ser un programa excelente, para otros puede representar una transmisión pobre en contenido y/o recursos.

Nuestras opiniones respecto a los programas de televisión son tan independientes y están basadas en tan distintos razonamientos que es poco probable que una influya determinantemente en la otra, al grado de cambiarlas o cambiar nuestros gustos. Incluso se puede percibir que es prácticamente imposible que las opiniones negativas respecto a *x* o *y* programa marquen la suspensión de su transmisión, sobretodo si éstas son las menos.

De hecho, cabe destacar que la única forma en que la televisión puede verse obligada a cambiar su programación es siguiendo las órdenes establecidas por las instancias gubernamentales correspondientes e insistiendo en el cumplimiento de lo establecido por la ley.

Por lo anterior, el presente estudio sobre los premios Qualitas que otorga A Favor de lo Mejor A.C. a los mejores contenidos de la televisión se enfoca en investigar cuáles son las motivaciones de la Asociación para la organización de estos premios, cuáles son sus parámetros de evaluación y explora si la entrega de estos galardones influyó de alguna forma en la programación televisiva.

En la actualidad la televisión en nuestro país es un negocio y como tal no puede mantenerse si su programación no es rentable. Prácticamente las únicas excepciones son Canal 11 del Instituto Politécnico Nacional y Canal 22 del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CONACULTA), los cuales al pertenecer a instituciones gubernamentales están obligadas a cubrir un perfil educativo y

---

cultural respectivamente, sin embargo todas las televisoras están regidas por los mismos aspectos legales.

Esta investigación está vinculada con la importancia que la televisión tiene como medio de comunicación dentro de la sociedad al acceder a ella de manera masiva y al estar considerado por la Ley Federal de Radio y Televisión como un medio de interés público.

La importancia de estudiar los premios Qualitas está ligada al interés de contar con un antecedente para la realización de un proyecto que consista en la organización de una premiación a los mejores contenidos de televisión debidamente avalados por autoridades, especialistas y miembros de este medio de comunicación.

Los premios Qualitas son un intento por contribuir con el cambio en la programación de la televisión, con la que en algún momento muchos hemos estado en desacuerdo total o parcialmente, pero es necesario conocer el contexto en el que se realizan para descubrir si su proceder es parcial o no, lo cual determinará la seriedad y validez de sus decisiones independientemente de las buenas intenciones con las que haya nacido el proyecto.

Pero para poder entender lo anterior en mi primer capítulo se presenta el marco teórico conceptual dónde se estudia, a través de distintas definiciones, temas como la sociedad por ser el contexto donde se desarrolla y al cuál se dirige la televisión; y la cultura, por determinar tanto el actuar de éste medio como la manera en que es percibido por la sociedad.

Así también, se describirá en qué consiste el funcionalismo social, lo que nos hará entender la importancia de cada una de las partes que conforman la sociedad. Indagaré qué es el gobierno para precisar su actividad dentro de la misma y producto de la organización de ésta y abordaré a la comunicación ligada a los

medios masivos, específicamente la televisión, como parte de una sociedad en la que cada miembro desempeña determinadas actividades y se alimenta de las del resto de los integrantes.

Es importante señalar que también se retomará el tema análisis de contenido para entender cuáles son algunos de los puntos que se deben de considerar para llevar a cabo un estudio de los contenidos de los programas de televisión y poder determinar cuáles son mejores, independientemente de las percepciones personales.

En un segundo capítulo realizaré una síntesis de los momentos más importantes de la televisión en nuestro país que ayudarán a entender cómo está conformada ésta actualmente, y retomaré brevemente las leyes que a lo largo de la historia han abordado a la televisión de forma cada vez más especializada, esto para tener conocimiento de cuál es su función dentro de nuestra sociedad, saber cómo debe ser su comportamiento y cuáles son sus lineamientos a seguir.

De esta forma examinaré la Ley Federal de Radio y Televisión, así como su respectivo Reglamento en materia de contenidos para poder determinar el perfil de cada televisora y de sus correspondientes estaciones de transmisión, y la ley nos permitirá conocer los aspectos legales con los que se deben de alinear cada uno de los programas difundidos por las emisoras.

Además, en mi tercer capítulo daré a conocer qué organizaciones llevan a cabo revisiones a los contenidos de los programas de televisión con el fin de otorgar premios a las mejores transmisiones. Para ello investigaré cuál es su objetivo principal, sus definiciones de calidad y sus procedimientos de selección de los galardonados.

---

Posteriormente, tras tener conocimiento de qué programas fueron premiados y con la intención de saber si esta premiación influyó en las programaciones de las distintas estaciones de televisión se llevará a cabo un monitoreo de la programación de los canales 2, 5, 7, 11, 13 y 22 durante la primer semana de los meses de mayo, julio, septiembre, noviembre y diciembre del año 2004 para entender el comportamiento de las transmisiones galardonadas y de la primer semana de los meses de enero, marzo y mayo de 2005 para percibir si tras la premiación hubo alguna modificación sustantiva de las programaciones de dichos canales, lo cual nos permitirá determinar si el premio Qualitas, de alguna forma, cumplió con su objetivo de mejorar las transmisiones de televisión o si los cambios en la programación de los canales mencionados presentaron una tendencia al perfil seleccionado en los premios Qualitas.

La información obtenida en este estudio nos llevará a precisar quién tiene la capacidad y obligación de determinar el actuar de la televisión, cuál es la validez de los premios Qualitas otorgados por A Favor de lo Mejor A.C. y cómo influyeron estos en la programación posterior a su entrega, y asimismo se podrán señalar algunos de los requisitos que se deben cumplir para la adecuada creación de un galardón de ésta índole.

Finalmente para mostrar con mayor detalle algunas partes de mi investigación, en los anexos se podrán encontrar los listados de las personas, organizaciones y empresas que conforman la Asociación A Favor de lo Mejor, así como una muestra del monitoreo realizado a las programaciones de los distintos canales de televisión para así conocer cuáles son y cómo fueron trabajados los datos en los que está basado mi análisis.

## **1. SOCIEDAD, COMUNICACIÓN Y MEDIOS.**

El presente trabajo hablará sobre la televisión como medio de comunicación masiva dentro de la sociedad, pero para poder entender dicho fenómeno daré algunas definiciones realizadas por diferentes autores de ciencias sociales para la comunicación y posteriormente unificaré las diversas ideas que se tienen sobre éstas para así considerar sólo una que nos lleve a comprender el desarrollo de este estudio.

Para poder hablar sobre la televisión como medio de comunicación masiva dentro de la sociedad, necesitamos saber ¿qué es la sociedad? Por lo tanto, nuestro primer punto a tratar será éste.

### **1.1 LA SOCIEDAD**

Autores como los sociólogos Henry Pratt, Helmut Schoeck, Fausto Squillace, Morris Ginsberg, Theodor Geiger y Georg Simmel, hablan sobre la sociedad y la mayoría de éstos se refiere a ella como un grupo, generalmente grande, de seres humanos que se encuentran unidos para la realización de fines comunes, tales como el mantenimiento y preservación de su entorno y que comparten un territorio geográfico determinado, una cultura y una forma de vida.

Dichos seres humanos están reunidos de manera natural, pero conforme ellos aumentan en número comienzan a establecer relaciones tanto materiales como espirituales de manera consciente o inconsciente.

Derivado de la conformación de estas relaciones se inicia la fijación de vínculos más grandes y fuertes que conocemos como organizaciones o instituciones, mismas que establecen unidades sociales con límites bien definidos.

El abogado y filósofo mexicano, Lucio Mendieta y Nuñez plantea que la sociedad *"es el conjunto de individuos y de agregaciones de individuos que viven sobre el haz de la tierra en constantes y complejas interrelaciones materiales y espirituales"*<sup>2</sup> y diferencia entre *la sociedad* que es universal, sin fronteras ni límites fijos, y una sociedad que es *"un conjunto de individuos unidos por ciertas relaciones o modos de conducta, que los diferencia y los separa de todos los demás"*<sup>3</sup>.

Conforme a lo anterior y para poder entender cómo y en dónde se desarrollan los medios de comunicación masiva definiremos como sociedad al grupo de seres humanos provenientes de distintos sectores sociales, de género y edad indistinta, reunidos en un determinado territorio en donde comparten formas de vida y establecen relaciones materiales, sociales y espirituales bajo el orden de una autoridad.

Para el sociólogo y antropólogo Ely Chinoy una sociedad consiste de "individuos vinculados los unos con los otros"<sup>4</sup> y de "grupos interconectados y suerpuestos"<sup>5</sup> y posee una forma de vida denominada cultura, que determina los patrones de interacción social a través de sus diversas organizaciones sociales (familiares, religiosas, políticas y económicas, entre otras). Por esto, a continuación revisaremos algunas definiciones de *cultura*, para entonces comprender las características que definen a una sociedad y bajo las que se reconocen y desarrollan sus integrantes.

---

<sup>2</sup> Lucio Mendieta y Nuñez, *Teoría de los agrupamientos sociales*, Porrúa, México, 1974, Pág. 50.

<sup>3</sup> *Ibidem*, Pág. 51.

<sup>4</sup> Ely Chinoy, *La sociedad. Una introducción a la sociología*, FCE, México, 1978, Pág. 46.

<sup>5</sup> *Idem*.

## 1.2 LA CULTURA

Anteriormente se mencionó que las sociedades comparten una cultura, pero ¿qué es la cultura y cuál es su función?

De acuerdo con autores como, el antropólogo británico, Edward Tylor y el sociólogo español, Salvador Giner, la cultura *"es el conjunto de conocimientos, ideas, creencias, conductas, leyes, costumbres, tradiciones, lenguaje, arte, gobierno, moral, religión e incluso instrumentos materiales que se conservan y practican, gracias a la comunicación entre los hombres, dentro de un grupo social y que ... permite a los miembros del grupo interactuar entre sí y con el medio en que viven."*<sup>6</sup>

Por su parte Lévi Strauss, antropólogo francés, menciona que *"toda cultura puede ser considerada como un conjunto de sistemas en cuyo primer nivel se sitúan la lengua, las reglas matrimoniales, las relaciones económicas, el arte, la ciencia, la religión. Todos esos sistemas se orientan a expresar ciertos aspectos de las realidades física y social y, más aún, las relaciones que ambos tipos de realidad mantienen entre sí."*<sup>7</sup>

Para Ely Chinoy la cultura, en su uso convencional, es sinónimo de cultivado o refinado y se refiere a las artes y al saber, pero en tanto a la sociedad la cultura se refiere *"a la totalidad de lo que aprenden los individuos en tanto miembros de la sociedad; es una forma de vida, un modo de pensar, de actuar y de sentir"*<sup>8</sup>.

En la cultura, Chinoy identifica diversos elementos y los agrupa en tres categorías: las instituciones (reglas o normas que rigen la conducta), las ideas (conocimiento)

---

<sup>6</sup> Lizandra Torres, *Introducción a las ciencias sociales*, International Thompson, México, 2000, Pág. 84.

<sup>7</sup> Samuel Katz Chaim, *Diccionario básico de comunicación*, México, 1980, Pág. 151.

<sup>8</sup> Ely Chinoy, *Op. Cit.*, Pág. 36.

y creencias de toda clase, y los productos materiales. Es decir, se divide de la siguiente forma:

- Instituciones:
  - o Normas sociales
  - o Costumbres
  - o Hábitos
  - o Leyes
- Ideas:
  - o Creencias
  - o Valores
- Cultura material: cosas físicas creadas por el hombre.

Las instituciones según, el sociólogo estadounidense Talcott Parsons, son "*pautas normativas que definen lo que se considera... adecuado, legítimo, o como expectativas de acción o de relación social*"<sup>9</sup>, es decir, se refieren a las pautas de conducta aprobada o sancionada.

Coincidentemente Chinoy habla de la institución como un sistema normativo en torno a las actividades humanas o a problemas del hombre en sociedad. Y apunta que las normas sociales, los usos populares (que son prácticas sociales aceptadas, pero no obligadas) y las costumbres (normas sancionadas desde el punto de vista moral) son esenciales para el bienestar común.

El otro tipo de instituciones son los hábitos, que son las prácticas que paulatinamente se han adquirido como formas de conducta; y las leyes, que son las reglas establecidas por quienes ejercen el poder político y las cuales tienen obligatoriedad en su cumplimiento.

---

<sup>9</sup> Citado por Ely Chinoy, *Ibidem*, Pág. 38.

Además, para este sociólogo y antropólogo las ideas incluyen: *"las creencias que los hombres tienen sobre ellos mismos y sobre el mundo social, biológico y físico en el que viven, y también las creencias sobre sus relaciones con sus semejantes, con la sociedad y la naturaleza, y con aquellas otras entidades y fuerzas que suelen descubrir, aceptar o conjurar."*<sup>10</sup> Y por el otro los valores que dice son *"los patrones e ideales con los cuales definen sus fines, seleccionan sus actos y se juzgan a ellos mismos y a los otros"*.<sup>11</sup>

Como último elemento encontramos a los productos materiales que, según Chinoy, son las cosas físicas o materiales que el hombre crea y utiliza en su vida social, desde los instrumentos primitivos hasta las máquinas muy avanzadas y de los cuales es necesario conocer sus usos, actitudes hacia ellos, valores que se les asignan, así como el conjunto de conocimientos y habilidades que implican.

De esta manera, se puede observar que toda vida social está rodeada de normatividad y del establecimiento de papeles y status, mismos que contribuyen a su adecuado funcionamiento.

Con base en lo anterior, en lo sucesivo se entenderá como cultura a todo aquello que va aprendiendo el hombre para su convivencia social ordenada, para definirse, pensarse, ubicarse y entenderse a sí mismo y a su entorno.

Ahora definiremos algunas de las partes que conforman la cultura para, posteriormente, comprender de dónde se derivan cuestiones como las leyes y los valores, entre otros elementos, que nos darán la pauta para comprender cuál es su función dentro de la sociedad y la importancia de su acato. Además estos elementos servirán como referencia para entender algunos conceptos que la

---

<sup>10</sup> Ely Chinoy, Op. Cit, Pág. 42.

<sup>11</sup> *Ibidem*, Pág. 43.

Asociación A Favor de lo Mejor dedicada a promover mejores contenidos en los medios de comunicación.

### 1.2.1 NORMAS Y COSTUMBRES

De acuerdo con Salvador Giner, sociólogo español, toda la vida social está permeada de normatividad y obedece a leyes, a reglas de interacción social que se institucionalizan para el funcionamiento de la vida social y se mantienen gracias al consenso social.

Para Ely Chinoy en su libro *La sociedad. Una introducción a la sociología*<sup>12</sup>, las instituciones son el punto en común entre la sociedad y la cultura, ya que ellas determinan el status (la posición socialmente identificada) y el papel de las personas (el patrón de conducta aplicable según su condición), lo que se traduce en relaciones sociales ordenadas, es decir, en una organización o estructura social, y conforme a los tres componentes de la cultura establecidos por este autor, dentro del primero encontramos lo que son las normas y las costumbres.

Como se ha mencionado, la normatividad establece qué es adecuado y/o legítimo y cómo las personas e instituciones deben actuar o relacionarse socialmente para así servir a los intereses de los hombres de la sociedad. Chinoy divide las instituciones en<sup>13</sup>:

- Usos populares: prácticas convencionales aceptadas como apropiadas, pero no obligatorias, aunque sancionadas moralmente.
- Costumbres: normas que suelen exigirse y sancionarse desde el punto de vista moral y están consideradas como esenciales para el bienestar social.

---

<sup>12</sup> *Idem.*

<sup>13</sup> *Idem.*

- Hábitos: conductas que paulatinamente han sido aceptadas, son sancionadas por la tradición y se apoyan en la opinión de los miembros de la sociedad.
- Leyes: reglas que establecen los que ejercen el poder político y las cuales son una obligación acatarlas a pesar de que la tradición no lo establezca así, aunque en ocasiones algunas leyes también son apoyadas por sanciones morales (como el no matarás).

Ante lo ya citado, entenderemos por normas a la forma de organización social que sirve de base para la interacción de los miembros de la sociedad, que se mantiene gracias al consenso y que marca las formas de acción adecuadas para el funcionamiento de la vida y las relaciones sociales.

Existen normas que se refieren a convenciones aceptadas, pero no necesariamente obligatorias y que son sancionadas desde el punto de vista moral, tradicional; apoyadas en los miembros de la sociedad, y otras normas, que son establecidas por el poder político, pero basadas en acuerdos sociales a los cuales se está obligado a obedecer y que en ocasiones están apoyados también por las sanciones morales.

Entendiendo aquí lo que son las normas y costumbres, para la convivencia y el orden social, complementariamente, a continuación se definirá una convención más, los valores, los cuales están basados en perspectivas particulares, pero que de igual manera establecen patrones de comportamiento.

### 1.2.2 VALORES

El *Diccionario Filosófico* de M.M. Rosental dice que los valores son:

*"...definiciones específicamente sociales de los objetos del mundo circundante, que expresan su significado positivo o negativo para el hombre y la sociedad. Los valores externos se manifiestan como propiedad del objeto o del fenómeno, más no le son inherentes por naturaleza, ni simplemente en virtud de la estructura interna del objeto en sí, sino porque éste se mueve en la esfera de la existencia social(...). En relación con el sujeto, los valores constituyen objetos de su interés, y para su conciencia ejercen la función de orientadores cotidianos en la realidad objetiva y social, así como iniciadores de las diversas actitudes prácticas del hombre respecto a los objetos y fenómenos circundantes."*<sup>14</sup>

Para el sociólogo alemán, Helmut Schoeck los valores "...son los contenidos vitales captados generalmente en conceptos comunes a la mayoría de los miembros de un grupo. Estos contenidos vitales son conservados, cuidados o ambicionados y, de esta forma, determinan nuestra acción en cuanto imagen-guía y a veces en cuanto normas fijadas desempeñando un papel decisivo en la estructura de los motivos de nuestro comportamiento."<sup>15</sup>

El citado sociólogo Ely Chinoy, en el segundo elemento de la cultura (las ideas), incluye:

- Creencias: que son *"las ideas que tiene el hombre sobre sí mismo, sobre el mundo social, biológico y físico en el que viven, y*

<sup>14</sup> M.M.Rosental, *Diccionario Filosófico*, Ediciones Pueblos Unidos, Perú, 1980, Pág. 618.

<sup>15</sup> Helmut Schoeck, *Diccionario de Sociología*, Barcelona, 1981, Pág. 753.

- Valores: que son *los patrones e ideales con los cuales definen sus fines, seleccionan a sus actos y se juzgan a ellos mismos y a los otros(...). (...) no son reglas específicas para la acción, sino preceptos generales a los cuales rinden los hombres obediencia y sobre los cuales están dispuestos a tener fuertes sentimientos. Representan las actitudes comunes de aprobación y desaprobación, los juicios sobre lo bueno y lo malo, lo deseable y lo indeseable(...)*<sup>16</sup>

Talcott Parsons, sociólogo estadounidense, señala que el actuar de los hombres llega a presentar problemas que pueden resolverse a través de sistemas de valores existentes y dice que *"esos valores preexistentes le orientan o invitan a actuar en cada caso en una dirección determinada, la cual se establece sobre unas líneas de conducta de doble sentido. En efecto, en su acción social concreta el individuo debe escoger entre ciertas polaridades culturales, las cuales no tiene por qué presentarse a su conciencia de un modo explícito. Al contrario, cuanto más interiorizados estén los criterios sociales de conducta menos consciente se es de ellos."*<sup>17</sup>

Y por su parte, el catedrático, Salvador Giner define los valores como *"concepciones anheladas de la realidad. (...) entrañan juicios de deseabilidad o aceptabilidad, o de rechazo, que se atribuyen a toda suerte de objetos, ideas y hechos. (...) nos hacen desear que el mundo posea ciertas características que, con frecuencia, no tiene."*<sup>18</sup> Según este autor los valores tiene que ser aceptados por cierto número de miembros de la colectividad y se manifiestan dentro de normas de conducta, y si estos valores y normas se desvían o violan se establecen penalizaciones por parte de la colectividad.

---

<sup>16</sup> Ely Chinoy, *Op.Cit.*, Pág. 42.

<sup>17</sup> Citado por Salvador Giner, *Sociología*, Península, Barcelona, 1996, Pág. 93.

<sup>18</sup> *Ibidem*, Pág. 77.

Se entenderá, entonces, como valores a las ideas sociales, generalmente positivas, sobre las acciones, los objetos (materiales o no), los miembros de la sociedad, y sobre la misma sociedad, a los cuales, se les atribuye tal importancia que los miembros del grupo social los toman como modelos a seguir y, por tanto, establecen ciertas pautas de comportamiento.

Teniendo conocimiento de qué son las normas, las costumbres y los valores ahora definiremos lo que es la moral, para posteriormente saber a qué se refiere la Asociación A Favor de lo Mejor cuando menciona este concepto.

### 1.2.3 MORAL

Para el sociólogo estadounidense Henry Pratt la moral es: *"El temple o ánimo con que un grupo o sociedad lleva a cabo su tarea. Relativo a la moralidad, a la rectitud y a la injusticia, al bien y al mal. Acorde con el código moral dominante."*<sup>19</sup>

Por su parte, para Ignacio H. De la Mota: *"Es la ciencia que trata del bien en general y de las acciones humanas en orden a su bondad y malicia. Dícese de lo que no cae bajo la jurisdicción de los sentidos, por ser de la apreciación del entendimiento o de la conciencia."*<sup>20</sup> Y por otro lado, es la serie de *"costumbres y hábitos que han alcanzado una aceptación suprarracional o que forman parte del código moral admitido por la sociedad."*<sup>21</sup>

De esta forma, se entenderá por moral a la parte del comportamiento social que está estrictamente apegado a las normas y costumbres referentes al bien común y apegados a los valores.

---

<sup>19</sup> Henry Pratt Fairchild, *Diccionario de Sociología*, México 1999, Pág. 190.

<sup>20</sup> Ignacio H. de la Mota, *Enciclopedia de la Comunicación*, Tomo 2, Limusa, México, 1994, Pág. 924.

<sup>21</sup> *Idem.*

Asimismo, como parte del comportamiento del hombre en sociedad se encuentran los principios humanos y aquí se citarán algunas definiciones para que tengamos conocimiento de qué son.

#### 1.2.4 PRINCIPIOS HUMANOS

Los principios en el *Diccionario de Sociología* de Henry Pratt son: *“Las declaraciones generalizadas y abreviadas de directivas de acción o de derechos, cuando en la vida social de principios referidos a valores o directivas de acción se entiende que significan el acuerdo o consenso de determinado número de autoridades competentes”*.<sup>22</sup>

Es decir, son patrones de acción dentro de una cultura basadas en los valores, las costumbres y normas que buscan el bienestar social y que están basadas en el consenso de grupos sociales numerosos y/o de autoridades calificadas.

Ahora, como patrón de acción que refiere a la moral y los valores tenemos a la ética que, de igual forma, es una parte del comportamiento humano dentro de la sociedad. Y aquí se encontrarán algunas definiciones para más tarde entender qué es y cómo se da en los medios de comunicación.

#### 1.2.5 ÉTICA

La ética es un concepto que incluye, por un lado el estudio de los valores y su relación con las acciones del hombre, basándose en lo que se refiere al bien y al mal, y buscando líneas de acción prácticas y responsables que resuelvan problemas sociales concretos. Además también se relaciona con la moral y las obligaciones del hombre en sociedad bajo la razón humana.

---

<sup>22</sup> Henry Pratt Fairchild, *Op.Cit.*, Pág. 231.

Para el sociólogo Henry Pratt es el *" estudio de los valores y de sus relaciones con las pautas y planes de acción. Ciertos aspectos de la sociología se tratan de las costumbres, de las fuerzas sociales, del ajuste defectuoso de la desorganización, de los problemas sociales, de los movimientos de reforma y del progreso social pertenecen al campo de la ética. Cuando el término se emplea solo, sin calificativos como social, se refiere a la filosofía de lo bueno y lo malo."*<sup>23</sup>

Este autor también habla sobre la ética social y la define como *"el punto de vista sobre cuestiones morales que busca sobretodo una orientación práctica respecto a problemas concretos de la sociedad y que por eso incluye las cuestiones que se plantean en la vida política, en la económica y en la sexual."*<sup>24</sup>

Por su parte, Ignacio H. de la Mota dice que la ética es la *"parte de la filosofía que trata de la moral y de las obligaciones del hombre."*<sup>25</sup>

Cabe mencionar que existe también una ética de la comunicación, y de acuerdo con Pinto de Oliveira:

*"...la ética de la comunicación social se encamina y define como el proyecto de una orientación libre y responsable del proceso y del sistema de la información en el sentido del bien de la información en sí misma, y del conjunto de la sociedad. (...) la ética de la comunicación social comprende el conjunto de valores, normas, modelos de comportamiento, basados en el reconocimiento de la primacía de la libertad personal y ordenados a orientar las actividades individuales y colectivas, así como las instituciones y su funcionamiento, en la búsqueda responsable de los objetivos humanos de la información; aquellos que se traducen en la promoción de todos los derechos para*

---

<sup>23</sup> *Ibidem.* Pág. 115.

<sup>24</sup> *Idem.*

<sup>25</sup> Ignacio H de la Mota, *Op. Cit.*, Tomo 2, Pág. 574.

*todos. Tal proyecto ético no debería ser propuesto, y menos todavía impuesto, desde el exterior. Su credibilidad y eficacia derivan del hecho de surgir de las aspiraciones y necesidades sentidas por los usuarios y profesionales de la comunicación social*.<sup>26</sup>

Ante lo anterior, consideraremos a la ética en general, como un punto de vista basado en los valores y la moralidad y que tiene como fin principal la honestidad y el comportamiento libre, responsable y positivo de las personas para el bien común. Y a la ética de la comunicación como a los patrones de comportamiento que orientan hacia el libre y responsable uso y difusión de la información con la finalidad de no afectar negativamente a terceras personas involucradas en el proceso de la comunicación.

En una sociedad impregnada de todos patrones culturales hasta aquí mencionados podemos observar que cada uno de sus integrantes lleva al cabo un papel y una actividad determinadas, que en su actuar contribuye, positiva o negativamente, con el desarrollo y evolución de su comunidad, es decir, que su organización es funcionalista, pero para entender a qué nos estamos refiriendo aquí hablaremos sobre esta teoría que nos ayudará a comprender la función que los medios de comunicación desempeñan dentro de las sociedades.

### **1.3 FUNCIONALISMO SOCIAL**

El funcionalismo social parte de la teoría funcional que desarrolló, el filósofo y sociólogo inglés, Herbert Spencer y el sociólogo francés Emile Durkheim, donde cada uno de los organismos vivos realizan una función específica que determina, de alguna manera, la estabilidad o disfuncionalidad del conjunto de organismos.

---

<sup>26</sup> Citado por Ángel Benito, *Diccionario de ciencias y técnicas de la comunicación*, Ediciones Paulinas, España, 1991, Pág. 561.

Entonces, extrapolando esta teoría a la organización social encontramos que cada individuo o miembro de una colectividad humana desempeña una actividad definida que, de acuerdo con su desempeño, puede contribuir o perjudicar al desarrollo de la sociedad.

En general el funcionalismo, definido en la *Enciclopedia de la Comunicación* es la "actividad de un grupo organizado en servicio de sus miembros"<sup>27</sup>, es decir, es la actividad que algo o alguien desempeña en beneficio o perjuicio de sus semejantes.

En la sociedad, la perspectiva funcionalista enfoca su interés en las interrelaciones de sus instituciones y en cómo cada una de ellas contribuye a mantener el funcionamiento de la colectividad, es decir, como preservar la unidad social.

El funcionalismo se deriva de las funciones sociales que, de acuerdo con el *Diccionario de Sociología* de Henry Pratt son "la serie de actividades realizadas por un grupo organizado de personas de una sociedad en servicio de sus miembros"<sup>28</sup>, y según este autor las funciones "tienen su origen en las necesidades elementales del individuo (el mantenimiento físico, la instrucción intelectual, la regulación moral y apreciación estética)"<sup>29</sup>.

Según Radcliffe Brown "el funcionamiento de cada unidad social preserva la estructura social"<sup>30</sup>.

Para Durkheim el orden social existe sólo a través de la interdependencia de individuos que satisfacen sus propios intereses y cree necesaria la existencia de

---

<sup>27</sup> Ignacio H de la Mota, *Op.Cit*, Pág. 644.

<sup>28</sup> Henry Pratt Fairchild, *Op.Cit*, Pág. 128.

<sup>29</sup> *Idem*.

<sup>30</sup> Salvador Giner, *Sociología*, Península, Barcelona, 1996, Pág. 58.

valores o visiones comunes entre la sociedad que, de alguna manera, borrarán los deseos netamente egoístas.

El sociólogo estadounidense Talcott Parsons ve a la sociedad como "*un organismo que intenta recuperar su estabilidad cuando ha estado rota o en peligro por diversos factores*"<sup>31</sup> y dice que "*el estado normal de la sociedad es el equilibrio, la integración o el balance*"<sup>32</sup> y que "*la reducción de su cohesión es temporal y periférica*"<sup>33</sup>.

Los sociólogos consideran que la vida social requiere de funciones (controlar la violencia, mantener la seguridad, la educación, entre otras) que deben ser asumidas por algún organismo social específico que plantee un código social común para mantener la unidad y la permanencia social.

En síntesis, entenderemos como funcionalismo al enfoque sociológico que ve a la sociedad como un conjunto de actores interrelacionados en dónde cada uno realiza una función específica que afecta, positiva o negativamente, al funcionamiento del resto de los componentes y al de todos en su conjunto.

Por otro lado Ely Chinoy dice que un análisis funcional se puede llevar en distintos niveles, donde el más general puede "*considerar la contribución de cualquier concepto social o cultural para la supervivencia, persistencia, integración o estabilidad de una sociedad en su totalidad.*"<sup>34</sup> Y apunta que "*de la misma manera en que un análisis funcionalista busca contribuir al orden social debe considerar las*

---

<sup>31</sup> Citado por Alex Inkeles, *¿Qué es la sociología? Introducción a la ciencia y a la profesión*, Unión Tipográfica Editorial Hispano Americana, México 1968, Pág. 81.

<sup>32</sup> Citado por Lizandra Torres, *Introducción a las ciencias sociales*, International Thompson, México, 2000, Pág.142.

<sup>33</sup> *Idem.*

<sup>34</sup> Ely Chinoy, *Op.Cit*, Pág. 86.

*posibles consecuencias que puede acarrearle a grupos tanto particulares como a instituciones sociales*".<sup>35</sup>

Estas contribuciones y consecuencias, dentro de la teoría funcionalista, las hayamos como funciones y disfunciones y en el siguiente apartado hablaremos de ellas para poderlas distinguir en el ámbito social de los medios de comunicación.

### 1.3.1 FUNCIONES

El sociólogo y catedrático de la Universidad de Barcelona, Salvador Giner y los sociólogos Robert K. Merton y Talcott Parsons, entre otros autores, hablan sobre funciones y disfunciones dentro de esta corriente de estudio.

Las funciones, según Giner son *"la manifestación normal o característica de toda cosa animada o inanimada*. Y cita (...) Durkheim definió la función de una institución social diciendo que era la correspondencia entre ésta y las necesidades del organismo social."<sup>36</sup>

Complementariamente, para Robert Merton la función social *"es toda consecuencia observable producida por la presencia de un elemento dado en el seno de un sistema social, la cual aumenta o mantiene su grado de integración*".<sup>37</sup>

De acuerdo con Merton, dentro de un contexto social determinado, hay que tomar en consideración tanto las funciones de cada elemento, como cuál es su origen y cuáles sus consecuencias y para ello este autor hace una división de funciones: las funciones manifiestas, que son las que el sistema preveía o buscaba y las funciones latentes, que son las no esperadas y no buscadas.

---

<sup>35</sup> *Ibidem.*, Pág. 88.

<sup>36</sup> Salvador Giner, *Op.Cit*, Pág. 57.

<sup>37</sup> *Ibidem.*, Pág. 58.

Lo anterior nos lleva a definir como funciones a toda aquella reacción positiva producida por la actividad realizada por un miembro de la sociedad, generalmente en pro de la integración de su sistema.

Sabiendo que en una sociedad existen instituciones y grupos de individuos encargados de ciertas actividades encaminadas al bien común y basadas en la normatividad convenida, a continuación definiremos al gobierno, que en su actuar se encarga del orden y funcionamiento de la sociedad.

#### 1.4 GOBIERNO

Como ya hemos visto, la sociedad está conformada por diversos elementos que contribuyen a su funcionamiento realizando actividades determinadas para la obtención del bien común. Aquí empezaremos con uno de los principales organizadores y reguladores sociales de las sociedades modernas, *el gobierno*.

Para el sociólogo, Henry Pratt el gobierno es la *"encarnación personal del Estado. Como proceso, se refiere al funcionamiento del Estado en todos sus aspectos. Como entidad objetiva se refiere a los individuos y órganos que tienen la responsabilidad de conducir la acción del estado."*<sup>38</sup>

Schoeck Helmut, sociólogo alemán, menciona que *"es el ejercicio del poder que gracias al sistema político que lo legitima y lo asegura físicamente, sabe de antemano a quién comprende y hasta dónde abarca."*<sup>39</sup>

Por otra parte, para Lizandra Torres, profesora de la Universidad de Puerto Rico en Cayey, el gobierno es:

---

<sup>38</sup> Henry Pratt Fairchild, *Op.Cit*, Pág. 132.

<sup>39</sup> Helmut Schoeck, *Op.Cit*, Pág. 342.

*"...un sistema centralizado y jerárquico que funciona debido al monopolio del uso de la fuerza y el acceso a los recursos económicos de la sociedad. (...) se gobierna por un grupo especializado, los dirigentes (...). Sus funciones fundamentales son la determinación del uso de los recursos por medio de impuestos, el control del trabajo y la distribución de la riqueza (...) burocracia cuya función es lograr la efectividad en el seguimiento a las determinaciones de los dirigentes. En la base de la jerarquía está el pueblo cuyas funciones más importantes son apoyar al liderato y producir los bienes y servicios que sostienen el sistema."*<sup>40</sup>

Por su parte, Francisco Porrúa plantea que *"el gobierno es esencialmente la acción por la cual la autoridad impone una línea de conducta, un precepto a individuos humanos."*<sup>41</sup>

Asimismo, establece que la actividad del gobierno es dar órdenes que *"a veces son generales, dictadas a priori, para todos o para determinado grupo, en forma abstracta."*<sup>42</sup> Y considera que dichas órdenes son las leyes, reglamentos y jurisprudencia que, de alguna forma, suplen a las costumbres y a la doctrina. Además el gobierno, según este autor, también puede decidir sobre casos concretos y *"entonces estamos frente a las sentencias, las concesiones administrativas y en general los actos administrativos en sentido estricto"*.<sup>43</sup>

Lo anterior, derivado de que el gobierno tiene el derecho y el deber de *"velar por el cumplimiento de sus mandatos, haciendo uso de las manifestaciones materiales de su poder."*<sup>44</sup>

---

<sup>40</sup> Lizandra Torres, *Op.Cit*, Pág. 111.

<sup>41</sup> Francisco Porrúa Pérez, *Teoría del estado*, Porrúa, México, 1997, Pág. 300.

<sup>42</sup> *Idem*.

<sup>43</sup> *Idem*.

<sup>44</sup> *Ibidem*, Pág. 301.

Ahora entenderemos como gobierno al conjunto de grupos sociales encargados de materializar las acciones del Estado, es decir, son los grupos sociales responsables del funcionamiento de éste y de la sociedad en su conjunto, y los cuales están organizados jerárquicamente según las funciones establecidas dentro de cada régimen gubernamental.

A partir de este momento y teniendo conocimiento de lo que es la sociedad, cómo está compuesta, qué es la cultura, cómo se organiza y mantiene el orden dentro de la comunidad, ahora definiremos qué es la comunicación, elemento a través del cual se transmite parte de la cultura y, consecuentemente, permanece la sociedad, y el cual nos servirá para comenzar a adentrarnos en el tema comunicacional que atañe al presente estudio.

## 1.5 COMUNICACIÓN

La palabra comunicación tiene raíces ancestrales, "*del latín communicatio, communicationis = comunicación, participación, es:*

1. *Acción y efecto de comunicar o comunicarse.*
2. *Trato, correspondencia entre dos o más personas.*
3. *Unión que se establece ente ciertas cosas, tales como mares, pueblos, casas o habitaciones, mediante pasos, crujiás, escaleras, vías, canales, cables y otros recursos.*
4. *Cada uno de estos medios de unión entre dichas cosas.*
5. *Papel escrito en que se comunica alguna cosa oficialmente.*

La explicitación de la primera acepción la hallamos al leer la referencia de <<comunicar>> (*del latín communicare-verbo comunico- = poner en común, compartir*):

1. *Hacer a otro partícipe de lo que uno tiene.*
2. *Descubrir, manifestar o hacer saber a uno alguna cosa.*
3. *Conversar, tratar con alguno de palabra o por escrito.*

4. *Consultar, conferir con otros un asunto, tomando su parecer.*
5. *(Antiguamente) Comulgar.*
6. *Tratándose de cosas inanimadas, tener correspondencia o paso con otras."*<sup>45</sup>

Según Hund la comunicación es "*un proceso de transmisión de señales*"<sup>46</sup>, en tanto Fisher designa otras situaciones o aspectos distintos en la comunicación:

1. *"Un proceso, una actividad.*
2. *Un medio de transportar información.*
3. *El mensaje o mensajes que se da.*
4. *Una conexión, un contacto.*
5. *El grado de comprensión mutua entre personas.*
6. *La disciplina o campo de estudio que se ocupa de ella."*<sup>47</sup>

Según el sociólogo norteamericano, Bernard Berelson y, el parisino, George Steiner la comunicación es "*la transmisión de información, ideas, emociones, habilidades, etcétera, a través de símbolos –palabras, imágenes, figuras, gráficos, etc.*"<sup>48</sup> Complementariamente diversos autores<sup>49</sup>, plantean que una persona o grupo de ellas pone en común dicha información para que otro grupo la perciba e interprete. Además Hockett dice que la comunicación son "*aquellos actos mediante los cuales un organismo desencadena la acción de otro*"<sup>50</sup>.

Además autores como el sociólogo estadounidense Charles Wright y Wilbur Schramm ven a la comunicación como un factor esencial para los grupos humanos,

---

<sup>45</sup> Diccionario de la Lengua de la Real Academia, citado por F. J. Roda Salinas en *Información y Comunicación*, Gustavo Gilli, México, 1992, Pág. 34 y 35.

<sup>46</sup> *Ibidem*, Pág. 40.

<sup>47</sup> *Ibidem*, Pág. 36.

<sup>48</sup> *Ibidem*, Pág. 39.

<sup>49</sup> A grandes rasgos, este concepto es también manejado por autores como Charles Wright, Roda Salinas, Henry Pratt, Aranguren, Pedro Montaner y Rafael Moyano.

<sup>50</sup> Citado por F. J. Roda Salinas, *Op.Cit.*, Pág. 39.

es decir, dentro de la sociedad, ya que les sirve como factor de unidad y continuidad por ser una forma de preservación de la cultura y una manera de hacer más plena su sobrevivencia.

Por otro lado en la *Enciclopedia de la Comunicación* de Ignacio H. de la Mota la comunicación es: *"la ciencia que estudia la transmisión de un mensaje directa o indirectamente de un emisor a un receptor, de este a aquel, a través de medios personales o masivos, humanos o mecánicos, mediante un sistema de signos convenidos que constituye un elemento básico para el nacimiento de una comunidad y de su fortalecimiento en el desarrollo futuro."*<sup>51</sup>

Con base en lo antes mencionado, diremos que la comunicación es la forma de denominar a la acción humana de tener contacto informativo con sus semejantes, con el fin de compartir ideas, valores, conocimientos, deseos, sentimientos, etcétera, a través de expresiones diversas como las imágenes, los escritos y los sonidos, pero esencialmente a través del habla, lo cual le permite la convivencia social, la conservación de su cultura y la vinculación de ésta con otras.

Podemos observar que la comunicación se manifiesta en distintos niveles, desde la que se da entre dos personas, hasta la que vemos entre grupos. A este último tipo de comunicación lo conocemos como comunicación de masas y es a la que, desde este momento nos referiremos por ser parte del interés de este estudio.

### 1.5.1 COMUNICACIÓN DE MASAS

El *Diccionario Filosófico*, de M. M. Rosental dice que la comunicación de masas es: *"El proceso de difusión de información con ayuda de medios técnicos entre auditorios dispersos numéricamente grandes."*<sup>52</sup>

---

<sup>51</sup> Ignacio H de la Mota, *Op.Cit*, Tomo 1, Pág. 298.

<sup>52</sup> M. M. Rosental, *Op.Cit.*, Pág. 102.

Por su parte para el escritor Ignacio H. de la Mota, este tipo de comunicación es:

*"...el proceso de contacto social directo o indirecto que constituye el fundamento de toda sociedad humana y de toda relación social y que permite que los hombres puedan intercambiar sus ideas y pensamientos. Comprende ciertas condiciones operacionales distintivas, en especial acerca de la naturaleza de la audiencia que debe ser relativamente grande, heterogénea y anónima, de la experiencia de la comunicación que debe ser pública rápida y transitoria y de la experiencia del comunicador, que por trabajar en equipo debe ser una comunicación organizada cuyos efectos en el receptor pueden ser funcionales o disfuncionales."*<sup>53</sup>

Por otro lado, Janowitz y Schulze, *"se refieren a la comunicación de masas en términos de procedimientos utilizados por especialistas que sirven de dispositivos tecnológicos para difundir un contenido simbólico homogéneo entre un público extenso, heterogéneo y disperso"*.<sup>54</sup>

Además, según el norteamericano, Charles Wright, comúnmente vinculamos a la comunicación de masas con la televisión, la radio, entre otros medios, sin embargo plantea que dichos instrumentos no son la comunicación de masas en sí, sino que son tecnologías con las cuales se cuenta para la transmisión de mensajes y aclara que *"es un tipo especial de comunicación que involucra ciertas condiciones operacionales distintivas, principalmente acerca de cuál es la naturaleza del auditorio, de la experiencia de comunicación y del comunicador"*.<sup>55</sup>

---

<sup>53</sup> Ignacio H de la Mota, *Op.Cit.*, Tomo 2, Pág. 298.

<sup>54</sup> Citados por Rafael Roda Fernández, *Op.Cit.*, Pág. 6.

<sup>55</sup> Charles Wright, *Comunicación de masas. Una perspectiva sociológica*, Piados, México, 1986, Pág. 11.

De acuerdo con este autor el auditorio es "*relativamente grande, heterogéneo y anónimo*"<sup>56</sup>, entendiendo por grande a un auditorio que al estar expuesto durante un periodo breve de tiempo el comunicador no pueda interactuar con cada uno de sus miembros; por heterogéneo se entiende que cada miembro de los espectadores ocupa distintas posiciones dentro de la sociedad (género, edad, educación, ubicación, etc); y con anónimo se refiere a que cada uno de los componentes del auditorio no conocen cara a cara al comunicador.

En este tipo de comunicación el mensaje no está dirigido a alguien en especial, por lo que es público, es decir, está dirigido a grandes auditorios en poco tiempo y simultáneamente, lo que también lo hace rápido; y finalmente el mensaje no pretende tener registro permanente.

Lo previamente planteado lleva a definir a la comunicación de masas como la transmisión, de forma simultánea, de mensajes a través de instrumentos tecnológicos de manera rápida y no permanente, a un público cuantitativamente indefinido, en el cual se incluyen personas de ambos sexos, diversas edades, situaciones sociales, económicas, geográficas y educativas que no conocen personalmente al emisor ni a la mayor parte de los receptores.

Viendo a la comunicación como ciencia, como apunta Ignacio H. de la Mota, y sabiendo que es estudiada por distintas corrientes, a continuación hablaremos de una de ellas, el funcionalismo, que nos ayudará a comprender el presente trabajo.

Como hemos mencionado todos los individuos y grupos de ellos pertenecientes a una sociedad tienen una actividad específica que contribuye de manera positiva o negativa al desarrollo de ésta, por ello aquí encontraremos cuál es la función de la comunicación de masas y de quiénes la desempeñan, dentro de la comunidad, basándonos en la perspectiva funcionalista ya revisada con anterioridad.

---

<sup>56</sup> *Idem.*

El sociólogo norteamericano, Harold Lasswell consideraba a la comunicación como *“el proceso esencial en la vida de todos los organismos”*<sup>57</sup> donde hay dos tendencias: al equilibrio y a responder a las transformaciones del entorno, y al ser un elemento esencial cumple cierto cometido dentro de su colectividad y al considerar a la sociedad como un organismo, podemos decir que la comunicación cumple cierta función fundamental en la sociedad.

Florencia García-Madrigal y Carlos Vicén, sociólogos españoles, plantean que la comunicación de masas y los medios pueden ser considerados como elementos indispensables de la estructura social y se basan en Robert K. Merton y en sus postulados sobre el funcionalismo estructural que dicen:

1. *“Una sociedad puede ser concebida como un sistema de partes interrelacionadas; es una organización de actividades interconectadas, repetitivas y acordes a un esquema.*
2. *Toda sociedad tiende naturalmente a alcanzar un estado de equilibrio dinámico; si se produce falta de armonía, aparecerán fuerzas que tiendan a reestablecer la estabilidad.*
3. *Todas las actividades repetitivas dentro de la sociedad contribuyen al equilibrio.*
4. *Existen requisitos previos funcionales que llenan necesidades críticas del sistema, y éste no perduraría sin aquellas”*<sup>58</sup>.

Para autores como Florencia García-Madrigal y Carlos Vicen, entre otros *“los componentes del modelo funcional en comunicación son: 1) emisores, en el sentido de intermediador; 2) funciones, en cuanto al mantenimiento o desviación*

---

<sup>57</sup> Rafael Roda Fernández, *Op.Cit.*, Pág. 11.

<sup>58</sup> Florencia García-Madrigal y Carlos Vicén Antolín, *Fundamentos de comunicación Humana*, Mira Editores, Zaragoza, 1994, Pág. 60.

*del sistema establecido; 3) medios que establecen status, es decir, que marcan el orden de lo público, que establezcan normatividad, y que provoquen disfunciones; 4) receptores, refiriéndose a instituciones y/o consumidores; 5) mensajes que representan la realidad de acuerdo con lo socialmente establecido; 6) respuesta, que son las reacciones que se inducen en el destinatario”<sup>59</sup>.*

Por su parte Laswell, dice que la comunicación realiza tres funciones dentro de la sociedad:

- “La vigilancia del entorno (o supervisión según Wright), que se refiere al tratamiento de la información, a la recolección y distribución de la información referente al medio ambiente social.
- La interrelación o correlación de los diferentes sectores de la sociedad con las respuestas del entorno, lo que Wright denomina interpretación de la información acerca del medio ambiente y la prescripción sobre la forma de reaccionar ante los sucesos.
- La transmisión del legado cultural o educación que se refiere a la comunicación de información, valores y normas sociales de una generación a otra o miembros de un grupo”<sup>60</sup>.

A lo que, el austriaco, Paul F. Lazarsfeld y Robert K. Merton añaden una cuarta función:

- “El entretenimiento que se refiere a los actos de comunicación entendidos como diversiones”<sup>61</sup>.

De acuerdo con Charles Wright<sup>62</sup>: La supervisión del entorno corresponde a lo que es popularmente concebido como el manipuleo de noticias y ayuda a prever

---

<sup>59</sup> *Ibidem*, Pág. 63-65.

<sup>60</sup> Citado por Charles Wright, *Op.Cit.*, Pág. 16. Armand Mattelart, Michèle Mattelart, en *Historia de las teorías de la comunicación*, Piados, España, 1997, Pág. 31.

<sup>61</sup> Citado por Charles Wright, *Idem*.

<sup>62</sup> Charles Wright, *Op.Cit*, Pág. 16.

posibles amenazas o peligros, a hacer eficaces y ágiles las actividades institucionales, y a nivel individual, a plantear normas y moral, además de otorgar prestigio a aquellos que se mantienen informados, e incluso puede conducir al cambio social, al pánico, a la ansiedad o tornarse sólo en cuestiones personales y también llevar a la apatía, llamada por Merton y Lazarsfeld narcotización.

La interpretación y prescripción al seleccionar la información, "conocida como editorial o propaganda, impide sobremovilizaciones y excitaciones sociales, pero a la vez pueden ser un freno a los cambios sociales útiles y deteriora la capacidad crítica del sujeto"<sup>63</sup>, es decir, enaltece su conformismo, con lo que, como marca Wright, surgen ciudadanos ineficaces. En tanto, la transmisión del legado cultural favorece las actividades socializadoras, pero estandariza y reduce la variedad y creatividad cultural.

Y por último, el entretenimiento permite el empleo del ocio y tiempo libre, pero puede generar una cultura acrítica y provoca un no desarrollo del gusto del público, con lo que se presentan problemas de bajos contenidos.

Como se puede apreciar existen varias consecuencias que se desprenden de las cuatro funciones de la comunicación y Robert K. Merton las denomina como "*funciones manifiestas o latentes*"<sup>64</sup>. Las primeras son las que se pueden esperar y las que son positivas para el bienestar social y las segundas son indeseables socialmente, y por lo regular no son esperadas. Para poder entenderlas y diferenciarlas daremos una revisión a sus definiciones que más tarde nos servirá como base de lo que A Favor de lo Mejor y la Ley Federal de Radio y Televisión establecen como funciones de los medios.

---

<sup>63</sup> *Idem.*

<sup>64</sup> Citado por Charles Wright, *Op.Cit.*, Pág. 18.

### 1.5.1.1 Funciones de los medios de comunicación de masas.

De acuerdo con el español, Rafael Roda Fernández, los medios masivos de comunicación tienen tres funciones básicas, establecidas por Lasswell y Merton:

1. "Conferir status: darle prestigio o valor a todo (s) aquello (s) que aparece (n) en ellos y considerar como irrelevante a lo que no.
2. Fomentar la ejecución de normas sociales: servir para legitimar. Es decir, la transmisión de ciertas situaciones llega a provocar que los individuos vayan adoptando una postura determinada en torno a ésta. Es una función que puede ayudar a reafirmar o anular normas sociales.
3. Disfunción Narcotizadora: el hecho de que los medios transmiten mensajes socialmente superficiales, es decir, que llegan a provocar apatía social"<sup>65</sup>.

También Dennis McQuail, sociólogo y comunicólogo británico, establece cuatro funciones para los medios de comunicación, que de alguna manera coinciden con las planteadas por Lasswell, Lazarsfeld y Merton:

1. "Distribución de conocimientos (información, ideas, cultura, etc.).
2. Estructuración simbólica de las relaciones de poder (relaciones que determinan quien es emisor y quien receptor).
3. Elaboración y reconstrucción del entorno de la opinión pública.
4. Entretenimiento".<sup>66</sup>

Como podemos observar, las funciones de la comunicación y de los medios dentro de una sociedad se emplean como transmisor de cultura y, a su vez, contribuyen con la unión y solidificación social, pero para comprender dichos postulados, ahora, veremos qué son los medios de comunicación masiva.

---

<sup>65</sup> Rafael Roda Fernández, *Teorías de la comunicación de masas*, Siglo XXI, Madrid, 1989, Pág. 8.

<sup>66</sup> *Ibidem.*, Pág.7.

## 1.5.2 MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Diversos autores coinciden en que los medios de comunicación no son la televisión, la radio o el periódico per se, sino son organizaciones humanas, generalmente expertas en el tema, que realizan y emiten mensajes, significativos y basados en la realidad, a una gran cantidad de personas desconocidas y con características distintas a través de herramientas técnicas y tecnológicas de forma simultánea.

Por ejemplo, Ignacio H. de la Mota dice que los medios de comunicación son: *“Un sistema de transmisión de un mensaje a un público numeroso, disperso y heterogéneo a través de los diferentes instrumentos técnicos existentes: prensa cine, televisión, disco, libro, etc.”*<sup>67</sup>

Para Ángel Benito los medios de comunicación social son:

*“...aquellas empresas públicas o privadas, cuyo cometido es emitir información de actualidad desde los soportes físicos y técnicos que la moderna tecnología ha hecho posible. En la realización de esta tarea, generan y difunden los mensajes que van a proporcionar a la sociedad un modelo del mundo y una imagen de sí misma y un conocimiento de lo que pasa en el mundo sobre el que informa.”*<sup>68</sup> Y añade que *“la teoría general de la información considera que los medios no son los emisores colectivos de la comunicación social, sino instituciones implicadas en la trama institucional a la que pertenecen y a la que se deben.”*<sup>69</sup>

---

<sup>67</sup> Ignacio H de la Mota, *Op.Cit*, Tomo 1, Pág. 880.

<sup>68</sup> Ángel Benito, *Op.Cit*, Pág.902.

<sup>69</sup> *Ibidem.*, Pág.903,

En conclusión para este autor *“el medio informa opina y media, informando sobre lo que acontece”*.<sup>70</sup>

En otra definición, *“los mass-media son dispositivos técnico-organizativos que permiten la transmisión de mensajes significativos simultáneamente para una gran cantidad de personas desconocidas que los utilizan”*<sup>71</sup>. Entendiendo que para, el español, F. J. Roda Salinas un dispositivo técnico-organizativo *“es un soporte que facilita su utilización social; los mensajes significativos son los utilizados para comunicarse entre individuos; y la simultaneidad es la forma de llegar a varias personas a la vez”*.<sup>72</sup>

Además otras características de los mass-media, según Roda Salinas, son “el desconocimiento de los destinatarios, apareciendo así la masa; la utilización restringida, en dónde sólo pocas personas actúan como emisores; y la unidireccionalidad de los mensajes, que da carácter de institucionalidad a los emisores y convierte a los medios en instrumentos de regulación social”.<sup>73</sup>

Conforme lo anterior, los medios de comunicación son organizaciones sociales que apoyadas en medios técnicos como aparatos y computadoras, son capaces de emitir y difundir mensajes, que refieren al mundo real en general, y que están dirigidos a un público muy grande de manera simultánea. Cabe mencionar que estos medios pueden ser divididos en escritos y electrónicos. Estos últimos son los que aquí definiremos debido a que son los revisados por la Asociación A Favor de lo Mejor por ser a los que, de acuerdo su información, tienen acceso mayor cantidad de personas.

---

<sup>70</sup> *Ibidem.*, Pág. 905.

<sup>71</sup> F. J. Roda Salinas, *Op.Cit.*, Pág. 90.

<sup>72</sup> *Idem.*

<sup>73</sup> *Idem.*

### 1.5.2.1 Medios Electrónicos.

Los medios de comunicación electrónicos son aquellos que se sirven de la energía eléctrica para su funcionamiento, es decir para la difusión de mensajes, por lo que entre ellos podemos incluir a la Internet, a la radio y a la televisión. Esta última es la que nos interesa abordar para entender nuestro estudio, por tanto se define enseguida.

#### 1.5.2.1.1 Televisión.

Todos conocemos una televisión como el aparato electrónico a través del cual podemos ver programas audiovisuales, pero los estudiosos en el tema definen a ésta de manera más amplia.

Samuel Katz, historiador y periodista, define a la televisión como: *"Un medio de comunicación industrial destinado a reproducir y transmitir, mediante ondas electromagnéticas, una secuencia en movimiento, acompañada de banda sonora o doblada"*<sup>74</sup>. Y dice que *"...la TV se mantiene abocada al propósito de transmitir, en lo posible instantáneamente, hechos y eventos"*.<sup>75</sup>

De acuerdo con Ángel Benito, a mediados de los años cuarenta la Organización de las Naciones Unidas para la Educación la Ciencia y la Cultura (UNESCO) la caracterizó como una *"ventana abierta al mundo"*.<sup>76</sup> Asimismo Roman Gubern, catedrático español, es *"un canal que transmite documentos a distancia, una tecnología específica de información y un nuevo medio de comunicación social"*.<sup>77</sup>

---

<sup>74</sup> Samuel Katz Charm, *Diccionario Básico de comunicación*, México, 1980, Pág. 464.

<sup>75</sup> *Ibidem.*, Pág. 465.

<sup>76</sup> Citado por Benito Ángel, *Op.Cit.*, Pág. 1312.

<sup>77</sup> *Idem.*

pero para Lazarsfel y Merton es *“un medio para reproducir la cultura más conformista”*.<sup>78</sup>

Y complementariamente, el estadounidense, Marks Greenfield dice que los mensajes que se reciben a través de la televisión cumplen ciertos rasgos:

- *“Estimulación de las opiniones estereotipadas respecto a temas sociales.*
- *Estimulación de sentimientos aversivos o de aceptación de los grupos sociales minoritarios.*
- *Reducción o exaltación del etnocentrismo nacional.*
- *Impacto sobre las opiniones.*
- *Reconocimiento de personajes e identificación con ellos.*
- *Poder de transmisión de mensajes emocionales, tanto positivos como negativos*
- *Aprendizaje del papel del consumidor”*.<sup>79</sup>

En conclusión, la televisión es un sistema tanto técnico como organizativo que transmite mensajes audiovisuales, que tienen como referencia principal la realidad social, política y económica del mundo, y cuya forma de transmisión es simultánea a un público amplio y heterogéneo, el cual se ve influido positiva o negativamente con los mensajes que ésta transmite.

Una vez revisados conceptos como comunicación, medios de comunicación, las funciones de los medios y la televisión, en este momento determinaré lo que es el análisis de contenido, ya que este contribuirá para comprender cómo poder estudiar un mensaje, en este caso, audiovisual, distinguir si A Favor de lo Mejor A.C. aplica esta técnica o elementos de ella para determinar cuáles son los mejores programas de televisión y entender cuáles son algunos de los elementos a

---

<sup>78</sup> *Idem.*

<sup>79</sup> Citado en Roda Salinas, *Op.Cit*, Pág. 118.

considerar para la posible organización de un premio a los mejores contenidos de la televisión en nuestro país.

### 1.5.3 ANÁLISIS DE CONTENIDO

Autores como Ángel Benito plantean que el análisis de contenido *“es una técnica que tiene como fin identificar y explicar el sentido de los mensajes significativos”*<sup>80</sup>.

Según Laurence Bardin, el análisis de contenido es *“un conjunto de técnicas de análisis de comunicaciones tendiente a obtener indicadores (cuantitativos o no) por procedimientos sistemáticos y objetivos de descripción del contenido de los mensajes, permitiendo la inferencia de conocimientos relativos a las condiciones de producción/recepción de estos mensajes”*<sup>81</sup>.

Por su parte, Bernard Berelson dice que *“(...) es una técnica de investigación para la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido manifiesto de las comunicaciones, con el fin de interpretarlas”*<sup>82</sup>. Esta definición menciona cuatro elementos:

- 1) Objetividad: es la claridad y precisión con que se debe trabajar en el análisis para que otra investigación pueda llegar a los mismos resultados;
- 2) Sistemática: que el análisis debe ser exhaustivo y metódico, es decir, que analice la totalidad del corpus y que se realice conforme a un procedimiento ordenado y estricto;
- 3) Cuantitativo: que contenga algunos resultados numéricos producto de mediciones empíricas y;

---

<sup>80</sup> Ángel Benito, *Op.Cit*, Pág. 71.

<sup>81</sup> *Ibidem.*, Pág. 72.

<sup>82</sup> *Ibidem.*, Pág. 71.

- 4) Manifiesto: basarse en lo explícito, no conforme a presuposiciones ni intenciones, sino en lo que es común para todos.

Klaus Krippendorff lo define de la siguiente manera: *"El análisis de contenido es una técnica de investigación destinada a formular, a partir de ciertos datos, inferencias reproducibles y válidas que puedan aplicarse en su contexto"*<sup>83</sup>.

Para John Fiske *"el análisis de contenido está diseñado para dar cuenta objetiva, medible y verificable del contenido manifiesto de los mensajes"*<sup>84</sup>.

Y para Ole R. Holsti es *"...cualquier técnica para hacer inferencias mediante la identificación sistemática y objetiva de características específicas de un texto"*<sup>85</sup>, y a diferencia de Berelson, este autor hace referencia al conocimiento de las causas que originan un mensaje y a sus consecuencias.

Este análisis puede o no arrojar resultados cuantitativos, sin embargo, en todos los casos los autores hablan de una descripción de los mensajes que permitan inferir algunas de las posibles condiciones tanto de producción como de recepción de ellos.

Entonces consideraremos al análisis de contenido como una técnica de investigación donde se describen los mensajes de manera cuantitativa y cualitativa con el fin de poder extraer datos y postulados verificables en más de una ocasión, es decir de manera sistemática, lo cual nos habla de que esta técnica puede ser aplicada en los mensajes transmitidos por televisión y para comprender qué elementos se deben de considerar para la posible creación de un instrumento que

---

<sup>83</sup> Klaus Krippendorff, *Metodología de Análisis de Contenido. Teoría y práctica*, Piados, España, 1997, Pág. 28.

<sup>84</sup> John Fiske, *Introducción al estudio de la comunicación*, Norma, Pág. 98.

<sup>85</sup> Citado por Ángel Benito, *Op.Cit.*, Pág. 72.

pueda evaluar y calificar los contenidos de éste medio. En consecuencia, a continuación se presenta la definición de esta técnica aplicada en la televisión.

### 1.5.3.1 Análisis del mensaje de televisión

Jon P. Baggaley, analista del mensaje televisivo, y el comunicólogo estadounidense, Steve W. Duck plantean que *“para un análisis del mensaje televisivo, es necesaria la revisión tanto de la estructura como del contenido del mensaje, así como de la percepción del mismo.”*<sup>86</sup> Además de que también se deben considerar los propósitos del productor (emisor).

A pesar que el mensaje y sus efectos están estrechamente ligados, dichos autores dicen que los análisis de contenido en televisión suelen relacionar directamente el contenido temático con la función del programa, ya que un análisis de *valoración a posteriori*, es decir de percepción, sólo presenta estadísticas que no hablan sobre los programas per se sino sobre el público que lo presencié.

Ante lo anterior, Baggaley y Duck citan una clasificación de programas que ellos consideran eficaces y que se basan *“en las divisiones convencionales de los departamentos dentro de las organizaciones emisoras, se distinguen de los siguientes doce tipos básicos: noticias y tema públicos / ficción y documentales / educación / arte y música / programas infantiles / teatro / películas / entretenimiento general / deporte / religión / publicidad (interna) / anuncios comerciales”*<sup>87</sup>. Con este tipo de análisis los autores dicen que se estaría respondiendo al ¿qué? y ¿con qué efecto?, preguntas de la máxima analítica de Lasswell, dejando el ¿cómo? y ¿quién? a cuestiones técnicas y el ¿a quién? como

---

<sup>86</sup> Jon P. Baggaley, Steve W. Duck, *Análisis del mensaje televisivo*, Gustavo Gilli, Barcelona, 1982, Pág. 35.

<sup>87</sup> *Ibidem.*, Pág. 37.

parte de la intención del emisor. Aunque, en cierta forma, algunas de las categorías antes mencionadas incluyen la división de público.

Al catalogar como básica la relación propósito-tema Baggaley y Duck hacen una clasificación propia de los programas más convencionales:

- "Informativos: que incluyen programas noticiosos, educativos, comerciales, de asuntos religiosos, políticos y sociales, y la publicidad interna.
- Entretenimiento: aventura, misterio, delito, horror (thriller), romance, humor, vida cotidiana (animales, anécdotas, ciencia-ficción e interés general), variedad musical, deporte y pasatiempos, concursos y adivinanzas, biográficos, estéticos."<sup>88</sup>

Conforme lo anterior, se habla de un equilibrio, que los emisores debieran mantener, entre información y entretenimiento, esto con el fin de que el público obtenga el beneficio de ambos géneros televisivos.

Con base en lo antes mencionado, el análisis de contenido es un conjunto de técnicas que contribuyen a la comprensión de los mensajes comunicativos, masivos o no, mediante el desglose, conocimiento y descripción de su origen, su composición en fondo (contenido) y forma (lenguaje), y en ocasiones de sus consecuencias basándose en su emisor, sus objetivos o fines y su receptor.

Con lo anterior podemos entender que para crear un instrumento que califique todo mensaje televisivo, A Favor de lo Mejor A.C. o cualquier otra organización, necesita incluir en sus parámetros de evaluación aspectos como los objetivos del proyecto, la temática, la forma de presentación y la opinión del público televidente para así obtener resultados que no sólo se basen en la percepción objetiva del espectador.

---

<sup>88</sup> *Ibidem.*, Pág. 39-42.

Los conceptos hasta aquí precisados funcionarán como base del siguiente capítulo, dónde conoceremos a grosso modo la historia de la televisión y la normatividad que rige a ésta en México, especialmente en lo que se refiere a contenidos, esto para contextualizar a este medio en nuestro país y para conocer bajo qué parámetros y condiciones debe actuar.

Además con el fin de contextualizar los premios Qualitas, estudiaremos qué es A Favor de lo Mejor A.C., agrupación que los organiza y la cual maneja algunos de los conceptos que se han revisado previamente, de esta forma comprenderemos cuáles son las líneas que marcan el actuar de esta organización y en consecuencia descubriremos si existen factores que puedan influir en la validez de los premios.

---

## **2. LA TELEVISIÓN EN MÉXICO Y LOS PREMIOS A LOS MEJORES CONTENIDOS.**

Al ver a la televisión como parte de la sociedad debemos entender que ésta también ha evolucionado a lo largo de la historia, que su comportamiento está determinado por ciertas normas que buscan en su actuar el bien común y que hay quienes intentan que esto se cumpla.

Por ello en este capítulo se revisarán brevemente algunos de los momentos más relevantes de la historia de este medio, así como también se estudiarán cuáles han sido las leyes que han abordado el tema y, finalmente, abordaré las organizaciones que otorgan galardones a los contenidos de la televisión.

Lo anterior para comprender la manera en que está compuesta la industria de la televisión en México, conocer los lineamientos y limitaciones de la misma, específicamente en lo que a contenidos se refiere, así como para entender el surgimiento de este tipo de premios y saber cómo se llevan a cabo cada una de las premiaciones que existen al respecto y cuáles son sus diferencias.

### **2.1 LA TELEVISIÓN EN MÉXICO**

Este apartado sobre la televisión en nuestro país me ayudará a reflejar cómo está conformada esta industria de la televisión en la actualidad y contribuirá para comprender cuál es la línea que llevan cada uno de los canales de televisión de cobertura nacional que retomaré en la realización del monitoreo de los programas que obtuvieron un premio Qualitas

La historia de la televisión en México se remonta a finales de los años veinte y principios de los treinta, pero no es sino hasta el 31 de agosto de 1950 cuando ésta fue inaugurada oficialmente y el 1º de septiembre del mismo año se hace

formal con la primera transmisión del 4º informe de gobierno del presidente Miguel Alemán Valdés.

Los primeros experimentos de televisión en México los realizaron Francisco Javier Stavoli y Miguel Fonseca, profesores de la Escuela Superior de Ingeniería Mecánica Eléctrica (ESIME), apoyados económicamente por el Partido Nacional Revolucionario (PNR); y la primera imagen que transmitieron fue la de la señora Amelia Fonseca, esposa de Stavoli. Posteriormente el ingeniero Guillermo González Camarena realizó diversos experimentos e incluso realizó y patentó un modelo de televisión a color (tricromática) que no fue adoptado.

En los albores de la televisión se hicieron transmisiones en circuito cerrado tanto con fines educativos como comerciales, pero fue hasta después de que el presidente de la República, Miguel Alemán Valdés, solicitara un análisis de los sistemas de televisión más importantes a nivel internacional (estadounidense y británico) a Guillermo González Camarena y Salvador Novo, que se adoptó un modelo de televisión para México, el comercial, que oficialmente se adoptaba para impulsar el crecimiento industrial en el país pero que, según Guillermo Orozco<sup>89</sup>, fue por la cercanía con Estados Unidos (para cuestiones técnicas y tecnológicas) y por el interés que Miguel Alemán tenía en invertir en esta nueva industria, además de que políticamente no convenía que fuese público el hecho de que el gobierno estaba directamente ligado la televisión, por lo que se fue condescendiente con los empresarios a cambio de asegurar el desempeño de los objetivos y criterios gubernamentales en la televisión.

Después de la inauguración de la televisión los empresarios, Emilio Azcárraga Vidaurreta, Rómulo O'Farrill Silva y Guillermo González Camarena obtuvieron las concesiones de los canales 2, 4 y 5 respectivamente, mismos que más tarde se unieron en una primera empresa de televisión en México: Telesistema Mexicano.

---

<sup>89</sup> Guillermo Orozco, *Historias de la televisión en América Latina*, Gedisa, Barcelona, Pág. 203-240.

Ya para el 2 de marzo 1959 el Canal 11 del Instituto Politécnico Nacional (IPN) hace su primera transmisión oficial teniendo como perfil la educación y la cultura.

Concesionados los canales 8 y 13, en 1968 son incorporados al espectro televisivo transmitiendo el cuarto informe de gobierno del presidente Díaz Ordaz. Pero tras pertenecer a una empresa privada, el Canal 13 se convierte en propiedad del Estado el 15 de marzo de 1972, con lo que el presidente de la república Luis Echeverría, comienza algunas acciones encaminadas "*a fortalecer el papel del estado como emisor de los medios de comunicación*"<sup>90</sup>.

En noviembre de 1972 Telesistema Mexicano y el accionista mayoritario de Canal 8 (Televisión Independiente de México) deciden fusionarse creando el consorcio Televisa (Televisión Vía Satélite), que comenzó sus funciones el 8 de enero de 1973 contando con cuatro cadenas nacionales de televisión identificadas con el número de la estación ancla en la Ciudad de México Canal 2, 5, 4 y 9.

El 15 de abril de 1982 el Canal 22 del Distrito Federal inició transmisiones bajo el organismo estatal Televisión de la República Mexicana (TRM), el cual en el transcurso de los siguientes dos años queda disuelto y se crea IMEVISIÓN (Instituto Mexicano de Televisión) bajo cuya responsabilidad quedan el Canal 13 y su red nacional, Canal 22 del D.F., Canal 8 de Monterrey, Canal 2 de Chihuahua, Canal 11 de Ciudad Juárez, la Productora Nacional de Radio y Televisión (PRONARTE) y Canal 7 de la ciudad de México (creada el 18 de mayo de 1985).

Dentro del mandato de Carlos Salinas de Gortari un grupo de 800 intelectuales solicita al presidente que el Canal 22 no sea vendido y se transforme en una televisora cultural, a lo que Salinas responde positivamente, por lo que el 23 de junio de 1993 éste canal transmite al aire con el perfil cultural que se había

---

<sup>90</sup> Citado por Sánchez de Armas Miguel Ángel en *Apuntes para una historia de la televisión mexicana*, Fundación Manuel Buendía, México, 1998, Pág. 537.

definido, contando con una concesión bajo la titularidad de la empresa de propiedad estatal Televisión Metropolitana S.A. de C.V.

Tras más de 20 años de permanecer bajo la administración del Estado el Canal 13 y su red nacional (90 canales), el Canal 7 y sus repetidoras (78 canales) y el Canal 2 de Chihuahua, el 18 de julio de 1993 son desincorporadas del gobierno para lo cual se crea una empresa paraestatal que se encargaría de las concesiones de los canales 13 y 7, mismos que más tarde fueron privatizados y encabezados por el empresario Ricardo Salinas Pliego bajo el nombre de TV Azteca.

Por su parte Televisa está conformada por cuatro canales ancla con sus respectivas repetidoras a lo largo y ancho del territorio nacional, además de contar con estaciones locales en las ciudades más importantes del país como Guadalajara y Monterrey.

Finalmente en 1994 se concesiona el Canal 40 cuyo perfil es básicamente informativo y al frente del cual estaba el empresario Javier Moreno Valle a quien a principios de 2005 le fue retirada la concesión para pasar a manos del también dueño de TV Azteca, Ricardo Salinas Pliego.

Hoy por hoy, y de acuerdo con la Secretaría de Comunicaciones y Transportes<sup>91</sup> (SCT), el espectro televisivo en México asciende a más de 770 canales de televisión de los cuales 178 corresponden a Televisión Azteca, 130 a Televisa, 8 al Instituto Politécnico Nacional, 1 a Televisión Metropolitana y 1 a Televisora del Valle de México, las cuales son de red nacional, es decir que su señal llega a todo el territorio nacional, el resto corresponden a televisoras estatales y de señal local.

---

<sup>91</sup>[http://www.portal.sct.gob.mx/SctPortal/appmanager/Portal/Sct?\\_infplo=true&paget\\_abel=P2800](http://www.portal.sct.gob.mx/SctPortal/appmanager/Portal/Sct?_infplo=true&paget_abel=P2800), 12 de octubre de 2006.

Sin embargo, la televisión, en nuestro país, sin importar si se trata de permisos o concesiones, se rige bajo un marco jurídico que consiste en tres leyes y un reglamento que determinan distintos ámbitos del proceder de éste medio de comunicación, y los cuales conoceremos enseguida.

## 2.2 MARCO JURÍDICO DE LA TELEVISIÓN EN MÉXICO

Familiarizarnos con la normatividad que regula a la televisión nos servirá como referencia y parámetro oficial y legal para diferenciar a qué documento y personas o instituciones les atañe regular cada aspecto relacionado con el medio y para determinar de qué manera y en qué sentido lo hacen.

Las primeras disposiciones legales, en cuanto a medios de comunicación se refiere, se publicaron el 11 de febrero de 1950 en el Diario Oficial de la Federación (DOF): "*Decreto que fija las normas que deberán observar para su instalación y funcionamiento las estaciones de radiodifusión de televisión*"<sup>92</sup>.

Posteriormente el 19 de enero de 1960 y bajo el mandato del presidente Adolfo López Mateos, el DOF publicó la *Ley Federal de Radio y Televisión*, normatividad específica para ambos medios de comunicación que anteriormente habían estado regulados por la *Ley de Vías Generales de Comunicación* referente al otorgamiento, construcción, establecimiento, explotación, registro, rescisión, revocación y expropiación de concesiones y permisos de las vías de comunicación, en este caso de la televisión.

Y fue hasta el 4 de abril de 1973 que se dio a conocer el *Reglamento de la Ley Federal de Radio Televisión* que, entre otras cosas, establece la vigilancia de los

---

<sup>92</sup> Citado por Sánchez de Armas Miguel Ángel en *Apuntes para una historia de la televisión mexicana*, Fundación Manuel Buendía, México, 1998, Pág. 527.

contenidos, por parte de la Secretaría de Gobernación y la facultad de utilizar el 18%<sup>93</sup> del tiempo aire para la transmisión de publicidad.

Complementariamente, en junio de 1995 inicia su vigencia la Ley Federal de Telecomunicaciones que aborda aspectos tales como el aprovechamiento del espectro radioeléctrico, de las redes de telecomunicaciones y de comunicación satelital, además de las disposiciones generales (tanto técnicas como legales) de las concesiones y permisos tales como la cobertura, la frecuencia, la vigencia, así como la aclaratoria de que todo el espacio radioeléctrico del país corresponde al Estado.

Tras la aclaración de quién regula los aspectos legales y técnicos, como ya mencioné, los medios de comunicación en México están regidos por la *Ley Federal de Radio y Televisión* y su reglamento, que establecen cuál es la función de estos, qué instancias gubernamentales tienen competencia al respecto, aclaratorias sobre las concesiones y los permisos, las instalaciones, su operación, las tarifas a cubrir, su programación y demás situaciones relacionadas con el funcionamiento del medio.

Pero para estar más enfocados en la materia que nos ocupa nos concentraremos en los artículos que nos interesan, los correspondientes al contenido de las transmisiones, lo que nos servirá para conocer cuáles son las permisiones y prohibiciones que tiene este medio al respecto, y para darnos cuenta de que tan precisa es la ley, percatarnos de cuáles son algunos de los lineamientos que visiblemente infringe el medio, y comprender en qué se puede basar la existencia de los premios a los mejores contenidos de televisión.

---

<sup>93</sup> Ley Federal de Radio y Televisión, <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/index.htm>, 23 de octubre de 2006.

### 2.2.1 LEY FEDERAL DE RADIO Y TELEVISIÓN<sup>94</sup>

Título Primero. Principios fundamentales. Capítulo único.

Art. 4 La radio y la televisión constituyen una actividad de interés público, por lo tanto el Estado deberá protegerla y vigilarla para el debido cumplimiento de su función social.

Art. 5 La radio y la televisión, tienen la función social de contribuir al fortalecimiento de la integración nacional y el mejoramiento de las formas de convivencia humana. Al efecto, a través de sus transmisiones, procurarán:

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

Como podemos ver estos dos artículos nos hablan de que quién es el encargado de regular y salvaguardar a la televisión es el gobierno, ya que como hemos revisado se encarga del adecuado funcionamiento de la sociedad en su conjunto.

Consecuentemente, al ser la televisión una parte de la sociedad tiene asignadas determinadas actividades que de acuerdo con la teoría funcionalista contribuyen, de alguna forma, con el desarrollo de ésta.

---

<sup>94</sup> <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/index.htm>, 23 de octubre de 2006.

Según el artículo 5° de la Ley Federal de Radio y Televisión la televisión tiene como función fortalecer la cultura, los valores, las costumbres, las tradiciones y la moral, conceptos estudiados en el capítulo anterior y que como veremos A Favor de lo Mejor A.C. retoma de manera estricta al referirse al actuar de la televisión.

Esto nos manifiesta la relación de la televisión con la sociedad, nos permite sustentar que ninguna otra instancia ajena al Estado, como lo es A Favor de lo Mejor A.C. tiene derecho a intervenir en el actuar de este medio de comunicación, y nos hace comprender que la televisión tiene asignados comportamientos que apoyen la conservación y evolución positiva de la cultura y la sociedad, pasando por las costumbres, las tradiciones y los valores, conceptos que cabe mencionar y cabría definir dentro de la Ley.

#### Título segundo. Jurisdicción y competencia. Capítulo único.

Art. 10 Compete a la Secretaría de Gobernación:

- I. Vigilar que las transmisiones de radio y televisión se mantengan dentro de los límites del respeto a la vida privada, a la dignidad personal y a la moral, y no ataquen los derechos de tercero, ni provoquen la comisión de algún delito o perturben el orden y la paz públicos;
- II. Vigilar que las transmisiones de radio y televisión dirigidos a la población infantil propicien su desarrollo armónico, estimulen la creatividad y la solidaridad humana, procuren la comprensión de los valores nacionales y el conocimiento de la comunidad internacional. Promuevan el interés científico, artístico y social de los niños, al proporcionar diversión y coadyuvar a su proceso formativo.

En este artículo observamos con precisión qué instancia, dependiente del Estado, tiene como función la regulación de todas las transmisiones que la televisión hace y las características con las cuales éstas deben cumplir, ello bajo la premisa de

contribuir positivamente con la sociedad respetando la moral, los valores, los principios, las tradiciones y las costumbres de ésta, aspectos en los que A Favor de lo Mejor A.C. se basa y por los que dice pugnar para el mejoramiento de la los contenidos de los programas de televisión.

#### Título cuarto. Funcionamiento. Capítulo tercero. Programación.

Art. 63 Quedan prohibidas todas las transmisiones que causen la corrupción del lenguaje y las contrarias a la buenas costumbres, ya sea mediante expresiones maliciosas, palabras o imágenes procaces, frases y escenas de doble sentido, apología de la violencia o del crimen; se prohíbe también, todo aquello que sea denigrante u ofensivo para el culto cívico de los héroes y para las creencias religiosas, o discriminatorio de las razas; queda así mismo prohibido el empleo de recursos de baja comicidad y sonidos ofensivos.

Art. 72 Para los efectos de la fracción II del artículo 5º de la presente ley, independientemente de las demás disposiciones relativas, la transmisión de programas y publicidad impropios para la niñez y la juventud, en su caso, deberán anunciarse como tales al público en el momento de iniciar la transmisión respectiva.

Los artículos aquí citados se refieren a las prohibiciones que la programación de la televisión tiene con el fin de cumplir con su función social (Art. 5º.) independientemente de la televisora a la que pertenezca cada emisora, respetando así la cultura tanto en lo general como en lo particular y sin hacer uso de recursos que puedan producir efectos negativos en el televidente.

Esto, posteriormente nos servirá como referencia para hacer un análisis de lo que se prohíbe en las transmisiones de televisión.

Asimismo podemos observar que los conceptos mencionados (Art. 63) al no contar con una definición manifiesta pueden ser interpretados de distintas formas lo que da pie a versiones sumamente estrictas y moralistas como lo veremos en el caso de A Favor de lo Mejor A.C.

Además también se señala la utilización de avisos, previos a una transmisión, que se deben hacer cuando ésta no es apta para todo público, cuestión que con el simple método de la observación podemos concluir que sólo es llevada al cabo por Canal 11 y Canal 22.

Título quinto. Coordinación y vigilancia. Capítulo primero. Organismo coordinador.

Art. 90 Se crea un organismo dependiente de la Secretaría de Gobernación denominado Consejo Nacional de Radio y Televisión, integrado por un representante de dicha Secretaría, que fungirá como Presidente, uno de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, otro de Educación Pública, otro de Salubridad y Asistencia, dos de la Industria de la Radio y la Televisión y dos de los trabajadores.

Art. 91 El Consejo Nacional de Radio y Televisión tendrá las atribuciones:

- I. Coordinar las actividades a que se refiere esta ley;
- II. Promover y organizar la emisiones que ordene el ejecutivo federal;
- III. Servir de órgano de consulta del Ejecutivo Federal;
- IV. Elevar el nivel moral, cultural, artístico y social de las transmisiones;
- V. Conocer y dictaminar los asuntos sometidos a su estudio y opinión por las secretarías y departamentos de Estado o por las instituciones, organismos o personas relacionadas con la radio y la televisión.

Art. 92 El Consejo celebrará sesiones ordinarias y extraordinarias, conforme a su reglamento. El Presidente tendrá voto de calidad.

A través del Consejo Nacional de Radio y Televisión las secretarías de Estado relacionadas con el actuar de los medios coordinan las actividades de éstos bajo el mandato de la Ley Federal de Radio y Televisión y vigilan el cumplimiento de ésta, lo que resta autoridad y validez a cualquier otra organización que intente intervenir en los medios, y su proceder.

De esta manera podemos considerar a este Consejo como el único organismo que tiene la capacidad de intervenir en el proceder de la televisión como medio de comunicación social, haciendo cumplir con la ley, coordinando las transmisiones ordenadas por el gobierno, realizando estudios sobre el medio y regulando los contenidos del mismo. Sin embargo este consejo no existe, como tampoco existe una herramienta a través de la cual se eleve el nivel moral, cultural y artístico de las transmisiones de televisión.

#### 2.2.2 REGLAMENTO DE LA LEY FEDERAL DE RADIO Y TELEVISIÓN Y DE LA LEY DE LA INDUSTRIA CINEMATOGRAFICA, RELATIVO AL CONTENIDO DE LAS TRANSMISIONES EN RADIO Y TELEVISIÓN<sup>95</sup>

Título primero. Generalidades. Capítulo único.

Art. 1º. La radio y la televisión, constituyen una actividad de interés público y corresponde al Estado, en los términos de la Ley de la materia y de este Reglamento, protegerla y vigilar el cumplimiento de sus funciones.

Art. 2º. En el cumplimiento de las funciones que la Ley de la materia y este Reglamento establecen, la radio y la televisión deben constituir vehículos de

---

<sup>95</sup> <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/regla.htm>, 23 de octubre de 2006.

integración nacional y de enaltecimiento de la vida en común, a través de sus actividades culturales, de recreación y de fomento económico.

Art. 3°. La radio y la televisión orientarán preferentemente sus actividades a la ampliación de la educación popular, la difusión de la cultura, la extensión de los conocimientos, la propagación de las ideas que fortalezcan nuestros principios y tradiciones: el estímulo a nuestra capacidad para el progreso: a la facultad creadora del mexicano para las artes, el análisis de los asuntos del país desde el punto de vista objetivo, a través de orientaciones adecuadas que afirmen la unidad nacional.

Art. 4°. La función informativa constituye una actividad específica de la radio y la televisión tendiente a orientar a la comunidad, en forma veraz y oportuna, dentro del respeto a la vida privada y a la moral, sin afectar los derechos de tercero, ni perturbar el orden y la paz pública.

Art. 5°. Los programas recreativos procurarán un sano entretenimiento, que afirme los valores nacionales, no sean contrarios a las buenas costumbres, eviten la corrupción del lenguaje, la vulgaridad, las palabras e imágenes procaces, frases y escenas de doble sentido y atiendan al propósito de ennoblecer los gustos del auditorio.

En este primer apartado del reglamento se nos reitera quiénes son las autoridades y los documentos que regulan a la televisión y, de la misma forma, se especifica en qué consiste la función social de este medio.

Entonces, podemos ver que, como estudiamos en el capítulo anterior, al ser la televisión un componente de la sociedad, culturalmente se le han asignado ciertas funciones que contribuyan con el adecuado funcionamiento de esta en su

conjunto. Dichas funciones son: ser un vehículo de integración nacional que a su vez destaque la vida desde el punto de vista cultural, de recreación y económico.

Asimismo debe cumplir con la función informativa y de recreación, así como de preservación de la cultura, que se pueden comparar con las marcadas por la teoría funcionalista de la comunicación que consisten en vigilar el entorno, entretener al público y educar, respectivamente, respetando las buenas costumbres, la moral y la vida privada, puntos que bien pueden corresponder a la función de legitimar, aspectos que de alguna forma se intentan rescatar con los premios Quilitas y que sirven para sustentar el deber de la televisión en nuestro país.

Título segundo. Competencia. Capítulo único.

Art. 10°. A la Dirección General de Cinematografía compete:

- I. Vigilar el contenido de las transmisiones por televisión de películas cinematográficas, series filmadas, telenovelas y teleteatros grabados producidos en el país o en el extranjero, y autorizarlas siempre y cuando dicho contenido corresponda a los objetivos de la Ley Federal de Radio y Televisión, de la Ley de la Industria Cinematográfica y de este Reglamento.
- VI. Vigilar que en las transmisiones de películas cinematográficas, series filmadas, telenovelas y teleteatros grabados, se guarde un adecuado equilibrio entre los nacionales y los de origen extranjero.

Es importante destacar este artículo, ya que toda la programación que se transmite por televisión debe estar supervisada y autorizada, por la Dirección General de Cinematografía, dependiente de la Secretaría de Gobernación, previa salida al aire y bajo los parámetros fijados por la Ley Federal de Radio y Televisión y su Reglamento, lo que determina su clasificación y horario de transmisión. Aunque también cabe señalar que otros aspectos del presente reglamento como lo

es la fracción VI de este artículo no se cumple al pie de la letra, ya que existen emisoras que visiblemente transmiten mayoritariamente programas extranjeros y esto no genera sanciones por parte de dicha Dirección.

Lo anterior se puede interpretar como la nula autoridad de alguna otra instancia u organización, gubernamental o no, para sancionar de cualquier forma a los programas y/o creadores de ellos, pero de igual forma es un ejemplo de la falta de cumplimiento y autoridad hacia ésta.

Título tercero. Programación. Capítulo quinto. Clasificación de Películas cinematográficas, series filmadas, telenovelas y teleteatros grabados.

Art. 23. Para los efectos del artículo 72 de la Ley Federal de Radio y Televisión y el artículo 1º. de la Ley de la Industria Cinematográfica, la Dirección General de Cinematografía autorizará las películas cinematográficas, series filmadas, telenovelas y los teleteatros grabados, de acuerdo con la clasificación siguiente:

- I. Los aptos para niños, adolescentes y adultos en cualquier horario;
- II. Los aptos para adolescente y adultos a partir de las veintiuna horas; y
- III. Los aptos únicamente para adultos a partir de las veintidós horas.

La Secretaría de Gobernación podrá autorizar la transmisión, a cualquier hora, independientemente de su clasificación, en casos específicos y cuando a su juicio existan circunstancias que así lo ameriten, como la calidad artística del programa, el tipo de auditorio a que va dirigida, su temática y otras razones similares.

Art. 26. Los concesionarios mediante locutor o aviso en pantalla, anunciarán las clasificaciones que correspondan en los términos del artículo 23 de este Reglamento al iniciarse la exhibición y durante toda ella cada diez minutos utilizando algún mecanismo técnico de sobreimpresión que no afecte la imagen.

Complementariamente con el título anterior, aquí encontramos que para el mejor cumplimiento de la función social de la televisión en tanto a no perturbar al auditorio, todos los programas a transmitir deben ser clasificados según el público al que puedan ir dirigidos y esta clasificación debe ser advertida al receptor para, de esta manera, no causarle daño de ningún tipo.

Al cumplirse esto se comparte la responsabilidad de lo que hay en pantalla, ya que por un lado está la obligación de informar sobre qué tipo de programación se transmitirá y, por el otro, se encuentra la responsabilidad de la decisión de quién ve *X* o *Y* programa, situación de suma importancia al momento de criticar y juzgar a éste medio.

De la misma forma, con esta información comprendemos que la clasificación de los programas es importante al intentar realizar un análisis de contenido de las transmisiones de la televisión

Capítulo sexto. Películas cinematográficas, series filmadas, telenovelas y teleteatros.

Art. 36. Queda prohibido a los concesionarios, permisionarios, locutores, cronistas, comentaristas, artistas, anunciantes, agencias de publicidad, publicistas y demás personas que participen en la preparación o realización de programas y propaganda comercial por radio y televisión lo siguiente:

- II. Todo aquello que sea denigrante y ofensivo para el culto de los héroes o para las creencias religiosas, así como lo que directa o indirectamente discrimine cualesquiera razas;
- III. Hacer apología de la violencia, del crimen o de vicios;
- IV. Realizar transmisiones que causen la corrupción del lenguaje y las contrarias a las buenas costumbres, ya sea mediante palabras, actitudes o imágenes obscenas, frases o escenas de doble sentido,

sonidos ofensivos, gestos o actitudes insultantes, así como recursos de baja comicidad

Art. 37. Se considera que se hace apología de la violencia, el crimen o los vicios en los siguientes casos:

- I. Cuando se excite al desorden, se aconseje o se incite al robo, al crimen, a la destrucción de bienes o se justifique la comisión de los delitos o a sus autores;
- II. Cuando se defiendan, disculpen o aconsejen los vicios;
- III. Cuando se enseñe o muestre la forma de realizar delitos o practicar vicios, sin demostrar durante la transmisión las consecuencias sociales adversas de esos hechos.

Art. 38. Se considera que se corrompe el lenguaje en los siguientes casos:

- I. Cuando las palabras utilizadas por su origen o por su uso no sean admitidas dentro del consenso general como apropiadas, y
- II. Cuando se deformen las frases o palabras, o se utilicen vocablos extranjeros.

Art. 39. Se consideran contrarias a las buenas costumbres:

- I. El tratamiento de temas que estimulen las ideas o prácticas contrarias a la moral, a la integridad del hogar, se ofenda al pudor, a la decencia o excite a la prostitución o a la práctica de actos licenciosos; y
- II. La justificación de las relaciones sexuales ilícitas o promiscuas y el tratamiento no científico de problemas sociales tales como la drogadicción o el alcoholismo.

En este apartado conocemos cuáles son y en qué consisten las prohibiciones que tienen los creadores de los programas transmitidos por este medio con el fin de no

faltar a las buenas costumbres y para contribuir con la conservación de la cultura, las instituciones y las tradiciones, conceptos revisados en el capítulo anterior.

Este, al igual que los puntos anteriores, pueden llegar a funcionar como parámetro de evaluación que permitiera organizar un premio de contenido como el que organiza A Favor de lo Mejor A.C., pero sin considerarlos de manera estricta, ya que algunas de las definiciones mencionadas por este reglamento pueden llegar a tener varias interpretaciones que difieran entre sí, lo cual cause imprecisiones en el instrumento de análisis utilizado, cuestión que se resolvería realizando una definición formal de cada uno de los conceptos que se mencionan en algunos artículos.

#### Título sexto. Consejo Nacional de Radio y Televisión. Capítulo único.

Art. 51. Para la realización de sus fines, el Consejo tendrá entre otras, las atribuciones siguientes:

- I. Elevar el nivel moral, cultural, artístico y social de las transmisiones. Para que el Consejo pueda cumplir con esta atribución, los concesionarios y permisionarios de radio y televisión deberán:
  1. Clasificar su programación en la categorías siguientes:
    - a. Noticieros.- Informes sobre sucesos locales, nacionales o internacionales; reportes meteorológicos, actos cívicos y sociales; comentarios y análisis.
    - b. Deportes.- Presentación de juegos y eventos locales, nacionales o internacionales; organización deportiva; oportunidades para la práctica del deporte; instrucciones deportivas; noticias; comentarios y análisis.
    - c. Entretenimiento.- Los programas destinados a este fin: música, drama, variedades, comedia, telenovelas, concursos.

- d. Cuestiones económicas y sociales.- Informes sobre producción nacional industrial, agrícola y minera; importaciones y exportaciones; movimientos de precios; desarrollo comercial e industrial; seguridad social; ferrocarriles y comunicaciones; desarrollo de las ciudades; comentarios y análisis.
  - e. Actividades de naturaleza política.- Informe sobre nuevas leyes; actividades del Ejecutivo y del Congreso; informes de partidos políticos; elecciones de la República; charlas comentarios, discusiones, discursos, opinión de la prensa, editoriales, mesas redondas.
  - f. Programas culturales.- Para la comprensión y entendimiento de la literatura, música, bellas artes, historia, geografía, ciencias sociales, y naturales, tanto nacionales como extranjeras; programas preparados por o con la cooperación de universidades, museos, bibliotecas y otras instituciones de cultura; conferencias, conciertos; orientación profesional y vocacional; noticias sobre libros exposiciones, conciertos; comentarios y análisis.
2. Remitir semanalmente al Consejo, en las formas que éste apruebe, un informe sobre su programación. Con vista en dicho informe, este organismo estudiará y propondrá las medidas más eficaces a fin de corregir las desviaciones en que hubieran incurrido.
- II. Otorgar, en su caso, premios en efectivo, trofeos, diplomas, menciones o cualquier otro tipo de reconocimiento a las producciones para la radio o televisión y a todas aquellas personas que hayan intervenido en su realización a nivel creativo

Este último fragmento del Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión manifiesta las funciones que el Consejo Nacional de Radio y Televisión tiene a su

---

cargo para lograr el cumplimiento con la Ley y para mejorar constantemente las transmisiones de televisión.

Asimismo es importante, ya que por un lado, presenta los géneros en los que se puede clasificar la programación, mismos que cabría actualizar, incorporando nuevas categorías como el reality show, y definir, y por el otro lado muestra la posible existencia de reconocimientos a las producciones más destacadas en cuanto a contenido y bajo las estipulaciones de la Ley y su Reglamento con el fin de mejorar el medio, cuestión que A Favor de lo Mejor A.C. retoma al organizar los premios Qualitas.

Los artículos y fracciones de la legislación al mencionar cuáles son los lineamientos que debe seguir la televisión como medio de comunicación en cuanto a sus contenidos y su proceder se refiere, y al dejar claro que nadie, excepto la legislación y determinadas instancias gubernamentales, tiene la capacidad de dictar reglas y aplicar sanciones a éstos me ayudará a evidenciar la validez, objetividad y apego a la ley con el que A Favor de lo Mejor A.C. otorga el premio Qualitas a los mejores contenidos de la televisión en México.

Pero para conocer cómo están organizados los premios Qualitas a continuación se hará un breve resumen de otras agrupaciones que hayan coordinado premiaciones a los mejores contenidos de televisión en México.

### 3. ORGANIZACIONES Y PREMIOS A LOS MEJORES CONTENIDOS DE LA TELEVISIÓN EN MÉXICO

Las organizaciones que aquí se exponen en su intento por contribuir positivamente con la sociedad a través de mensajes televisivos que fomenten la moral, la cultura, el uso adecuado del lenguaje, los principios, valores, las buenas costumbres y tradiciones, así como la unidad e identidad nacional, han creado sus propios premios a los mejores contenidos de la televisión, en los cuales ellos mismos califican, sin embargo su respectiva constitución y proceder los hace distintos.

#### 3.1 CONSEJO DE LA COMUNICACIÓN

El Consejo Nacional de la Publicidad, hoy Consejo de la Comunicación, fue fundado en 1959 por la iniciativa privada con el fin de contribuir con *“la consolidación de los hábitos y formas de pensar en la sociedad de la sociedad mexicana a través de sus campañas”*<sup>96</sup> y participar en la solución de problemas sociales nacionales.

Durante 46 años<sup>97</sup>, el Consejo de la Comunicación ha lanzado 87 campañas<sup>98</sup> que tienen como objetivo *“incidir en el comportamiento de los mexicanos (...) para promover el desarrollo personal que lleve a una convivencia social productiva, solidaria, participativa y justa”*<sup>99</sup> y así se evidencien ideas, valores, costumbres y modales que caractericen a la sociedad mexicana.

De la misma forma, con el fin de alcanzar este propósito y entendiendo a la televisión como un instrumento útil para lograrlo, el Consejo de la Comunicación ha creado el Premio Principios a los mejores contenidos de la televisión.

---

<sup>96</sup> *Informe de Actividades 2004-2006 del Consejo de la Comunicación A.C. Voz de las Empresas, 2006, Pág. 18.*

<sup>97</sup> *Ibidem.* Pág. 24.

<sup>98</sup> *Idem.*

<sup>99</sup> *Idem.*

### 3.1.1 Premio Principios

Como extensión de sus campañas, e igualmente basado en su misión y visión, en 2005 el Consejo crea el Premio Principios, galardón *“a las producciones televisivas que promueven contenidos positivos y que constituyen una herramienta informativa, cultural, educativa y de entretenimiento”*.<sup>100</sup>

El Consejo de la Comunicación define *“los mejores contenidos como las imágenes, argumentos y tramas que se transmiten en los medios de comunicación y que provocan en el ser humano sentimientos, actitudes, emociones positivas, conocimiento y valores”*.<sup>101</sup>

En esta convocatoria pueden participar tanto concesionarios como permisionarios de televisión abierta, restringida y de paga, y para hacerlo es necesario que éstos inscriban las producciones nacionales que hayan sido transmitidas a través de sus señales durante el año señalado en la convocatoria.

Se otorga un solo premio por categoría que corresponden a los siguientes géneros televisivos: Telenovela, Noticiero, Deportes, Especial (un solo tema, número de capítulos definido en su principio, no mayor a 12 semanas en su transmisión<sup>102</sup>), Infantil, Reality Shows, Revista, Espectáculos, Cultural, Comedia, y Concurso. Además se otorgan dos reconocimientos especiales uno por la responsabilidad social y uno por trayectoria.

El jurado que califica estos programas está compuesto por miembros de Consejo de la Comunicación, personalidades de la industria de la televisión y académicos que cuenten con los conocimientos, experiencia y representatividad necesaria para

---

<sup>100</sup> *Ibidem.*, Pág. 55.

<sup>101</sup> <http://www.cc.org.mx>, abril de 2005.

<sup>102</sup> *Idem.*

tomar decisiones de esta índole. La elección de ganadores se realiza por mayoría simple y es inapelable.

La premiación consiste en una escultura de diseño y se realiza en el lugar y fecha definidos por el Comité Organizador y se transmite a través de uno de los canales de cada concesionario o permisionario participantes como parte de las cláusulas del concurso.

La otra organización civil que otorga un premio a los mejores contenidos de la televisión en México es A Favor de lo Mejor A.C. y a continuación conoceremos quién es, ya que el reconocimiento que ellos otorgan es lo que atañe a la presente investigación.

### 3.2 A FAVOR DE LO MEJOR A.C.

En este apartado hablaré sobre la Asociación A Favor de lo Mejor, sus antecedentes, su integración y los conceptos que retoman, para así comprender de mejor manera cuál es su funcionamiento, bajo qué condiciones se manejan y cómo se da la calificación de los contenidos en televisión y el premio Qualitas.

#### 3.2.1 Antecedentes.

A Favor de lo Mejor es una asociación fundada entre 1997 y 1998, que de acuerdo con su información es el resultado de un esfuerzo coordinado de un amplio sector de la sociedad (2400 organizaciones nacionales civiles y 60 organismos internacionales<sup>103</sup>) que expresan la necesidad de elevar la calidad de los contenidos de los medios de comunicación, esto tras considerar a la sociedad como promotora de la calidad y designarle a los medios la capacidad de influir en los valores sociales.

---

<sup>103</sup> Folleto de A Favor de lo Mejor facilitado en la Dirección de Programación de Canal 22.

Lo anterior nos habla de que *A Favor de lo Mejor*, de alguna forma, ve a la sociedad desde la perspectiva funcionalista, misma que como he mencionado la considera como un organismo compuesto por agentes que realizan determinadas actividades que contribuyen con el funcionamiento general de la sociedad.

Bajo esta premisa *A Favor de lo Mejor* le asigna a los medios de comunicación la importancia de la consolidación de la cultura, en la que se incluyen los valores y los principios de manera estrictamente positiva, lo que de alguna forma difiere con los conceptos que han sido revisados tanto en el primer capítulo como en la Ley Federal de Radio y Televisión.

Dicha función de consolidación contribuye a adoptar o anular ciertas situaciones o posturas, como se estudia en la teoría funcionalista de la comunicación, que no son necesariamente positivas.

Esta Asociación dice luchar por que anunciantes, concesionarios, autoridades, creativos, educadores y público en general asuman una responsabilidad compartida para elevar la calidad de las emisiones transmitidas por los medios de comunicación. Esto tomando como referente el impacto que los medios tienen en la cultura, la educación y con el fin de hacer de estos espacios formas de entretenimiento sano, con información veraz, oportuna y responsable para la conformación de una mejor cultura y educación para los mexicanos, ya que de acuerdo con la Asociación, la actual tendencia de los medios es proyectar desórdenes sexuales, violencia, menosprecio a los valores familiares y vulgaridad, aspectos que la Ley Federal de Radio y Televisión prohíbe en sus artículos 5º. y 10º.

Pese a no manifestar en su información pública (Internet) quiénes son ese *amplio sector de la sociedad* que conforma la Asociación, según el periodista José Yuste<sup>104</sup> y de acuerdo con un pequeño folleto proporcionado a los medios de comunicación, los socios que la integran son:

- "Anunciantes
- Empresas
- Instituciones Educativas
- Asociaciones e Instituciones Diversas
- Personales"<sup>105</sup>

Esto a través de representantes de algunos de estos sectores, mismos que a continuación conoceremos.

### 3.2.2 Estructura Organizacional.

Al frente de todos los anunciantes, empresas, instituciones, asociaciones y personas está el:

Consejo Consultivo<sup>106</sup>

- Comisión Cívica:

Ing. José Luis Barraza González

Presidente del Consejo Coordinador Empresarial

Lic. José Luis Pérez Bautista

Presidente Nacional de la Federación Nacional de Asociaciones de Padres de Familia A.C.

Lic. Cristian Castaño Contreras

Director General del Instituto Mexicano de la Juventud

---

<sup>104</sup><http://www.etcetera.com.mx/pagyuste1ne44.asp>, 14 de junio de 2004.

<sup>105</sup>Ver detalle en Anexo I.

<sup>106</sup><http://www.iccm.com.mx/9consejoX.asp>, 22 de abril de 2005.

Lic. Yoriko Yasukawa

Representante en México del Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia

Lic. Enrique Bustamante Rodríguez

Director General de la Asociación Mexicana de Internet

Ing. Guillermo Bustamante Manilla

Presidente Nacional de la Unión de Padres de Familia

C.P. Alberto Núñez Esteva

Presidente de la Confederación Patronal de la República Mexicana

Prof. Rafael Ochoa Guzmán

Secretario General del Sindicato Nacional de Trabajadores de la Educación

- Comisión Educativa

Dr. Juan Ramón de la Fuente

Rector de la Universidad Nacional Autónoma de México

Dr. Jaime Martuscelli

Coordinador de Asesores de la Universidad Nacional Autónoma de México

Dr. Enrique Villa Rivera

Ing. Manuel Quintero Quintero

Secretario de Apoyo Técnico del Instituto Politécnico Nacional

Lic. Rafael Medina de la Cerda

Presidente FIMPES

Mtro. José Luis Ibarra Mendivil

Secretario General de ANUIES

Lic. David de la Garza Leal

Dir General del ILCE

- Comisión Editorial

Ing. Héctor Larios Santillán

Presidente

Lic. Francisco González Garza

Presidente Ejecutivo

Act. Ana Ríos de Barroso

Consejera

Lic. Elizabeth Manning

Mtro. Roberto Sánchez Mejorada

Lic. Gerardo Mosqueta Martínez

Lic Eloy Salazar Delgado

Asociación A Favor de lo Mejor

Lic. Olivia Nuñez Orellana

Directora de Información sobre la Calidad de los Contenidos en los Medios

Pero al colaborar en la misma Asociación, todas estas personas realizan sus actividades con un mismo propósito que es seguida se presenta.

### 3.2.3 Su Objetivo.

A Favor de lo Mejor dice incentivar una formación crítica en los receptores de los medios de comunicación para lograr potenciar las ventajas que estos ofrecen, así como minimizar los daños que puedan causar a través de la transmisión de contenidos nocivos para la sociedad, al mismo tiempo que promueve mejores contenidos de la televisión para *"impulsar el verdadero talento, la creatividad responsable y pugnar así por una nueva cultura de comunicación"*.<sup>107</sup>

Bajo esta premisa la Asociación realiza actividades que la conduzcan a lograrlo. A continuación se mencionan algunas de ellas para saber cuáles son y en qué consisten.

---

<sup>107</sup> <http://www.iccm.com.mx/0antecedx.asp>, 30 de agosto de 2005.

### 3.2.4 Funcionamiento.

A Favor de lo Mejor dice mantener un diálogo constructivo con concesionarios, productores y creativos a través del Consejo de Autorregulación de la Cámara de la Industria de la Radio y la Televisión (CIRT), mismo que se creó para suplir y bloquear la reactivación del Consejo Nacional de Radio y Televisión en el 2001 con el fin de evitar la vigilancia y regulación más estricta por parte del gobierno<sup>108</sup>.

De igual manera, la Asociación realiza un informe sobre la calidad de los contenidos de los medios, de acuerdo con su información sustentado en el monitoreo, grabación y análisis de contenido de los programas transmitidos por los diferentes medios de comunicación.

Este análisis de contenido, según la Asociación, está basado en la *“descripción objetiva, detallada y categorizada”*<sup>109</sup> de los programas monitoreados. Según se apunta, este sistema que utilizan *“ha sido revisado y aprobado por grupos especializados en psicología, pedagogía y aprendizaje (...) con el fin de proteger a los públicos vulnerables de impactos negativos y destacar un desarrollo sano, armónico e integral”*<sup>110</sup>, sin embargo A Favor de lo Mejor no manifiesta un concepto propio de lo que es la calidad y el análisis de contenido y mucho menos de cómo se realiza este último para los fines de la Asociación, lo que nos lleva a cuestionar los juicios que esta organización emite sobre los contenidos de los programas de televisión.

Por lo anterior cabe destacar que un análisis de contenido no consiste sólo en la descripción de lo que percibimos ya que esto nos limita a ver sólo una parte del mensaje, lo que tornaría esta técnica en parcial y subjetiva debido a que cada

---

<sup>108</sup> <http://www.mexicocomunica.org.mx/menu/reality/>, 30 de agosto de 2005.

<sup>109</sup> *Idem.*

<sup>110</sup> *Idem.*

receptor puede tener percepciones diversas dependiendo de su status social, económico, académico y de género, entre otros.

Por lo tanto, en el análisis de contenido de un programa de televisión se deben incluir las perspectivas del productor, que proporciona su objetivo y target del público, que habla sobre lo que percibe, y de especialistas que deben presentar de forma objetiva la descripción del mensaje y en la que se engloben tanto el tema de fondo o contenido, como la forma en que este es presentado, así como el horario de transmisión y otros aspectos que son considerados por la Ley.

El análisis que esta Asociación dice realizar lo refleja en un informe, pero para entender un poco más el Informe Sobre la Calidad de los Contenidos y considerando que éste se puede percibir como la actividad principal que A Favor de lo Mejor genera, ahora conoceremos los objetivos de ésta instancia y los puntos en los cuales basan sus resultados para posteriormente conocer a los galardonados con el premio Qualitas.

### 3.2.5 Información Sobre la Calidad de los Contenidos de los Medios (ICCM)

El objetivo del ICCM es *“dar a conocer a la sociedad información permanente sobre el contenido de los medios y generar un reporte semestral que contenga los índices de calidad de los diversos medios de comunicación”*<sup>111</sup>.

De acuerdo con información de la Asociación su informe refleja los resultados de una descripción de los programas y una encuesta sobre la calidad de los medios basada en la percepción del público.

Para el ICCM, las variables que componen los contenidos de los programas son:

---

<sup>111</sup> *Idem.*

- "Creatividad Constructiva: Utilización constructiva de aspectos y recursos de producción, actuación, tema, tratamiento y mensaje, con talento y genialidad capaces de captar la atención y generar interés.
- Afirmación de Valores: La presencia y afirmación de valores universales en el mensaje, la trama y el tema.
- Pertinencia y Adecuación: Consideración al público receptor en el horario de transmisión y el tratamiento del contenido.
- Armonía Comunicativa: La congruencia, dinamismo, innovación y armonía de sus elementos (pertinencia, afirmación de valores y creatividad constructiva).
- Violencia
- Conducta Sexual
- Vicios y Adicciones
- Lenguaje y Vulgaridad"<sup>112</sup>

Por otra parte, según el ICCM, a partir del espíritu de la Ley Federal de Radio y Televisión, la calidad es:

*"el valor intrínseco y percibido que alcanzan los contenidos de los medios de comunicación, al cumplir con su función de contribuir al fortalecimiento de una mejor sociedad, a la elevación de la cultura, al desarrollo armónico de la niñez, a preservar las tradiciones, identidad nacional y afirmar los vínculos familiares, principios y valores universales y la dignidad humana.*

---

<sup>112</sup> <http://www.iccm.com.mx/4variablesX.asp>, 30 de agosto de 2005.

*Mediante la oferta de entretenimiento sano, información objetiva y oportuna, considerando la pertinencia de la transmisión en los diferentes horarios y la protección de los públicos vulnerables, ofreciendo producciones creativas con un alto sentido de respeto y consideración al público receptor.”<sup>113</sup>*

Lo anterior se traduce en la idea de calidad como el estricto cumplimiento con la Ley Federal de Radio y Televisión que, dicho sea de paso, no cuenta con actualizaciones recientes en cuanto a la calidad de los contenidos se refiere, situación que tendría que hacerse adaptándose así a nuevas tendencias como nuevos géneros y formatos tanto en conceptos como en cuestión de tecnología, formatos que actualmente se utilizan a nivel internacional como los reality shows, la televisión móvil y la alta definición entre otros avances

Con base en la información del ICCM la descripción de los programas está determinada por los siguientes puntos:

- Ficha técnica:
  - a. Título del programa
  - b. País de realización
  - c. Género
  - d. Televisora / Canal
  - e. Horario
- Sinopsis
- Análisis de las variables de calidad

Es así como se puede concluir que para llevar a cabo su informe se realiza una especie de protocolo de producción, una descripción del programa y la encuesta de percepción del público sin embargo, no se menciona cómo se integran y efectúan

---

<sup>113</sup><http://www.iccm.com.mx/2calidadX.asp>, 30 de agosto de 2005.

y quién lo hace, es decir que no se manifiesta, abiertamente, cuáles son las técnicas y/o herramientas que utilizan, lo que puede restarle credibilidad y validez a su labor.

La información publicada, hasta principios de 2006 en la página de Internet del ICCM es sólo de las variables de calidad, que son calificadas por cantidad de íconos que caracterizan a cada una de ellas, es decir, se le asigna un ícono a cada variable y dónde a mayor cantidad de íconos, mayor cantidad de creatividad, valores, pertinencia, armonía, violencia, conducta sexual y vicios.

El resultado de esta calificación se refleja en un mapa de la programación diaria, donde los programas son señalados por la intensidad de color azul, donde a mayor intensidad de color, mayor densidad de las variables.

Una vez conociendo cómo se realiza el informe del ICCM y considerando a éste como el antecedente y la base de la entrega de premios Qualitas, conozcamos ahora qué programas fueron los galardonados en la primera entrega de trofeos para posteriormente hacer una revisión de los mismos.

### 3.2.6 Premio Qualitas

El primer Informe Sobre la Calidad de los Contenidos de los Medios, se dio a conocer en diciembre del año 2004<sup>114</sup>, fecha en la que también se otorgó el primer reconocimiento Qualitas a los mejores contenidos de la televisión donde los ganadores fueron:

---

<sup>114</sup> <http://www.elvigia.net/noticias/?>, 22 de abril de 2005.

<b>CATEGORÍA</b>	<b>CANAL</b>	<b>PROGRAMA</b>
Revista/Entrevista/Informativo	11	Rincón de los Sabores
	11	Conversando con Cristina Pacheco
	7	A quien corresponda
	40	Otros Ángulos
Cultura/Divulgación Científica/Documentales	11	La Aventura del México Desconocido
	22	La Magia de la Naturaleza
	2	México Nuevo Siglo
	40	Expedición
Telenovela/Miniserie/Melodrama	11	Historias de Leyenda
	13	La Vida es una Canción
Series Extranjeras	5	Sabrina
	4	Doctor Quinn
Infantil/Didáctico	5	Plaza Sésamo
	11	El Diván de Valentina
	11	Bizbirije
Entretenimiento	13	El Rival más Débil
	5	El Chavo del Ocho
	2	100 Mexicanos Dijeron
	22	El Estudio de Manzanero
	7	¡Qué Buena Onda!
Campañas Sociales	Fundación Televisa Fundación Azteca Canal Once Consejo de la Comunicación	
Por Impulsar los Contenidos de Calidad	Televisa TV Azteca Canal 22 CNI	

FUENTE: Elaboración propia con datos obtenidos de <http://www.elvigia.net/noticias/>, 22 de abril de 2005.

---

Cabe señalar que en ningún sitio Web firmado por la Asociación, ni en los diarios El Universal, Reforma y La Jornada de fecha 15 de diciembre de 2005 existe información sobre la premiación que A Favor de lo Mejor otorgó el día 14 del mismo mes. Los datos aquí presentados fueron extraídos de páginas como [www.elvigia.net](http://www.elvigia.net) y links de las páginas oficiales de Canal Once, de Televisión Azteca y Televisa.

Ahora, sabiendo cuáles fueron los programas galardonados por A favor de lo Mejor A.C. y con el fin de observar si este premio influyó de alguna manera en la programación de los canales de televisión, en el siguiente capítulo se presentará, a través de un monitoreo, el comportamiento de dichas transmisiones tomando como referencia las carteleras que cada televisora publica en algunos de los diarios de circulación nacional más importantes del país.

#### 4. MONITOREO DE PROGRAMAS QUE OBTUVIERON EL PREMIO QUALITAS

Hasta este momento tenemos conocimiento de qué programas fueron premiados, en qué canal fueron transmitidos y a qué televisora pertenece cada uno de ellos, complementariamente, ahora presentaré cuál es su frecuencia y horario de transmisión, esto con la intención de analizar el comportamiento que dichas emisiones tuvieron previa y posteriormente a la entrega de premios, lo cual nos permitirá percibir si éstos galardones influyeron de alguna manera en la exhibición de dichas transmisiones o bien si el resto de la programación de cada canal estudiado presentó algún cambio producto de la premiación. Asimismo haré un breve análisis de algunos de los programas galardonados basándome en los elementos que la Asociación utiliza al evaluar cada transmisión, de esta forma nos acercaremos más a la calificación que A Favor de lo Mejor hace.

Con base en el listado de premiados antes mencionado, cabe destacar que para fines del presente trabajo se han considerado los canales 2, 5, 7, 11, 13 y 22, se excluirá el canal 4 debido a que no tiene alcance nacional y está considerado como el canal de la ciudad (ciudad de México), así como el canal 9 por no haber tenido mención en la premiación, y el canal 40, ya que por problemas legales salió del aire.

La información que a continuación se presenta está basada en el monitoreo de la programación de los canales de televisión antes mencionados y publicada en diarios de circulación nacional (*El Universal* y *La Jornada*), y comprende dos periodos de seis meses, lapsos de tiempo que A Favor de lo Mejor A.C. revisa para sus informes semestrales, y que me servirán para revisar dos momentos distintos de la premiación Qualitas.

En un primer momento se analizará la primera semana de los meses de mayo, julio, septiembre y noviembre de 2004 para observar la manera en que estuvieron presentándose (en horario y frecuencia) las transmisiones de los programas reconocidos. Y de la misma forma, en un segundo momento, se considerarán los meses subsecuentes, es decir, diciembre de 2004, enero, marzo y mayo de 2005, ya que de esta forma se podrá apreciar si dichas transmisiones permanecieron en cartelera tras la premiación o si ésta influyó en los cambios del resto de la programación de los canales analizados<sup>115</sup>.

La selección del periodo que abarca el monitoreo la he fijado cada tercer mes debido a que a través de la observación podemos apreciar que los programas transmitidos por cualquier televisora no tienen variaciones determinantes en un periodo menor a dos meses, es decir, que las programaciones no cambian drásticamente de un mes a otro. Esta información servirá de base para el análisis de la variación que hubo en la programación de cada televisora antes y después de la entrega de los premios Quilitas, lo que me ayudará a comprender de qué manera influyeron estos en las distintas programaciones.

Además, el revisar cada tercer mes la programación de los canales mencionados nos permite precisar el comportamiento que cada programa tiene, en tanto a su frecuencia y horario se refiere, durante el periodo que A Favor de lo Mejor marca para la calificación semestral de éstos, lo que me permitirá hacer un análisis de los programas galardonados en tanto al periodo de transmisión

De esta forma, a continuación se muestra, por canal, el detalle de cuál fue la conducta de los galardonados en el periodo de un año.

---

<sup>115</sup> Ejemplo de éste monitoreo puede ser consultado en el Anexo II.

## 4.1 CANAL 2

En XEWTV canal 2 la programación básicamente consiste en telenovelas, programas de entretenimiento y un par de barras de noticias, escasos son los programas familiares y de orden cultural, y algunos de éstos últimos fueron, justamente, los que recibieron el reconocimiento Qualitas.

*100 mexicanos dijeron* y *México Nuevo Siglo* se hallaron entre los premiados. La primera de estas producciones considerada en la categoría de entretenimiento era "un programa de concursos dirigido a todo público y conducido por Marco Antonio Regil"<sup>116</sup>.

En tanto a *México Nuevo Siglo*, catalogado como programa de Cultura / Divulgación Científica / Documental es "un programa que ha ayudado a comprender los problemas políticos, económicos y sociales de México; que han fortalecido la identidad nacional invitando a la reflexión y convirtiéndose en una memoria videográfica de nuestro país"<sup>117</sup>.

Ahora bien, el comportamiento de estas emisiones se presentó de la siguiente forma:

	May. 04	Jul. 04	Sep. 04	Nov. 04	Dic. 04	Ene. 05	Mar. 05	May. 05
<i>100 mexicanos dijeron</i>	Lun-Vie. 15:00	Lun-Vie. 15:00	Lun-Vie. 15:00	Lun-Vie. 15:00	Lun-Vie. 15:00	Lun-Vie. 15:00	Lun-Vie. 15:00	Lun-Vie. 15:00
<i>México Nuevo Siglo</i>	Sab. 12:30	Sab. 12:30 Dom. 23:00	Mar. 00:00 Dom. 23:00	Lun. 00:00 Dom. 23:00	Mar. 00:00 Dom. 23:00	Mar. 00:00 Dom. 23:00	Mar. 00:00 Dom. 00:00	Mar. 00:00 Dom. 23:00

FUENTE: Elaboración propia. Con información del periódico La Jornada. De mayo de 2004 a mayo de 2005.

Ver ejemplo de los concentrados de información en el Anexo II.

<sup>116</sup> <http://www.esmas.com/canal2/notas/37823.html>, 29 de enero de 2007.

<sup>117</sup> <http://www.esmas.com/canal2/notas/>, 29 de enero de 2007.

A pesar de que la observación nos habla de un programa donde se evidencia la cultura general de los concursantes, así como del público y en otro se maneja la historia de manera poco profunda, ambas emisiones galardonadas continuaron sus transmisiones (en frecuencia y horario) tras la fecha de premiación de Qualitas (14 de diciembre de 2004). De la misma manera, cabe señalar que no se vieron afectadas producciones como *La hora pico*, *La oreja* y *La escuelita*, que conforme a los estándares de la Asociación bien pudiera cumplir con los requisitos necesarios para ser sacado del aire.

#### 4.2 CANAL 5

En lo que se refiere a XHGC canal 5, se puede observar que, de manera general, transmite programación infantil de lunes a viernes y variada, aunque mayoritariamente familiar, los fines de semana.

De tal forma, tres de sus transmisiones recibieron el premio Qualitas: en la categoría de Infantil / Didáctico fue reconocido *Plaza Sésamo*. "*Programa en el cual los bailes, canciones, reportajes y entrevistas con niños y muppets pretende llevar cosas útiles y educativas para la vida diaria*"<sup>118</sup>.

La retransmisión de *El chavo del ocho*, fue premiada como programa de entretenimiento, teniendo como temática central "*las historias de un niño mexicano quien aparentemente vive en un barril en una vecindad [y dónde] se explora de manera cómica los problemas que muchos niños de la calle experimentan a diario como el hambre, la tristeza y el no tener a alguien que cuide de ellos*"<sup>119</sup>.

---

<sup>118</sup> <http://www.esmas.com/canal5/402414.html>, 29 de enero de 2007.

<sup>119</sup> [http://es.wikipedia.org/wiki/El\\_chavo\\_del\\_ocho](http://es.wikipedia.org/wiki/El_chavo_del_ocho), 29 de enero de 2007.

Y en la categoría de Serie Extranjera; *Sabrina, la bruja adolescente* obtuvo también el premio Qualitas. “Serie basada en el cómic *Sabrina, the teenage witch* y en dónde una adolescente que vive con sus tías, Hilda y Zelda Spellman, atraviesa por un cambio radical en su vida tras comenzar a descubrir sus poderes como bruja”<sup>120</sup>.

En estos casos las transmisiones funcionaron de la siguiente forma:

	May. 04	Jul. 04	Sep. 04	Nov. 04	Dic. 04	Ene. 05	Mar. 05	May. 05
<i>Plaza Sésamo</i>	Lun- Vie. 7:30	Lun- Vie. 7:30	Lun- Vie. 7:30	Lun- Vie. 7:30	Lun- Vie. 7:30	Lun- Vie. 7:30	Lun- Vie. 7:45	Lun- Vie. 12:30
<i>El chavo del ocho</i>	Lun.-Vier. 20:00	Lun.-Vier. 20:00	Lun.-Vier. 20:00	Lun.-Vier. 20:00	Lun.-Vier. 20:00	Lun.-Vier. 20:00	Lun.-Vier. 20:00	Lun.-Vier. 20:00
<i>Sabrina, la bruja adolescente</i>	Lun., Mier. y Vie. 19:00	Lun., Mier. y Vie. 19:00						

FUENTE: Elaboración propia. Con información del periódico La Jornada. De mayo de 2004 a Mayo de 2005.

Como se aprecia los dos primeros programas no tuvieron variación, sino que permanecieron al aire como venían haciéndolo al igual que la mayor parte de las emisiones, incluyendo *Big Brother*. En cambio *Sabrina* fue premiada a pesar de que dejó de transmitirse sin cubrir los seis meses que el Informe sobre la Calidad de los Contenidos de los Medios (ICCM) abarca, lo cual habla de una diferenciación en la manera de evaluar los programas.

<sup>120</sup> [http://www.esmas.com/canal5/sabrina\\_la\\_bruja\\_adolescente](http://www.esmas.com/canal5/sabrina_la_bruja_adolescente), 29 de enero de 2007.

### 4.3 CANAL 7

Por su parte, en canal 7, caracterizado principalmente por transmitir programas dramatizados y de origen extranjero, consiguió dos reconocimientos: *A quien corresponda*, como mejor programa de Revista / Entrevista / Informativo, "conducido por Jorge Garralda y el cual era un noticiario social que se convirtió en un enlace entre la sociedad y los servidores públicos"<sup>121</sup>. Y como programa de Entretenimiento, *¡Qué buena onda!* también fue reconocido. Aquí su comportamiento:

	May. 04	Jul. 04	Sep. 04	Nov. 04	Dic. 04	Ene. 05	Mar. 05	May. 05
<i>A quién corresponda</i>	Lun-Vie. 13:30							
<i>¡Qué buena onda!</i>			Mar. 21:30	Mar. 21:30	Mar. 21:30	Mar. 21:30	Mar. 21:30	Mar. 21:30

FUENTE: Elaboración propia. Con información del periódico El Universal. De mayo de 2004 a mayo de 2005.

De estos dos programas distinguimos que *A quien corresponda* tuvo continuidad en sus transmisiones, y *¡Qué buena onda!* aunque no desde el inicio del semestre, permaneció con sus emisiones y conservó su horario. Pero cabe mencionar que si bien la emisión de Jorge Garralda cumplía con cierta función social, transmisiones como *¡Ya cayó!* en la que, si se es estricto, podemos encontrar corrupción del lenguaje y la nula contribución positiva con la sociedad, también se mantuvieron aún después de los galardones.

<sup>121</sup> [http://es.wikipedia.org/TV\\_Azteca](http://es.wikipedia.org/TV_Azteca), 29 de enero de 2004.

#### 4.4 CANAL 13

Las otras dos producciones de Televisión Azteca premiadas fueron de canal 13 donde abundan los programas de revista, además de telenovelas y algunos informativos.

En la categoría de Telenovela / Miniserie / Melodrama, *La vida es una canción*, programa en el que se desarrollan problemáticas juveniles y *El rival más débil*, programa en el que se ponen a prueba los conocimientos generales los concursantes, que fue considerado en la categoría de entretenimiento, pero observemos sus respectivas conductas de transmisión.

	May. 04	Jul. 04	Sep. 04	Nov. 04	Dic. 04	Ene. 05	Mar. 05	May. 05
<i>La vida es una canción</i>		Lun-Vie. 16:00	Lun-Vie. 16:00	Lun-Vie. 16:00	Lun-Vie. 16:00	Lun-Vie. 16:00	Lun-Vie. 14:00	Lun-Vie. 14:00 y 16:00
<i>El rival más débil</i>	Sab. 22:00	Sab. 22:00	Sab. 22:00	Sab. 22:00	Sab. 22:00	Sab. 22:00	Sab. 22:00	Sab. 22:00

FUENTE: Elaboración propia. Con información del periódico El Universal. De mayo de 2004 a mayo de 2005.

Aquí encontramos que aunque *La vida es una canción* era un programa de estreno, consiguió el premio incluso, a menos de seis meses de ser estrenado se posicionó con doble horario diario. Y por su parte. *El rival más débil* conservó su hora y día de transmisión.

En contraste, aquí podemos observar un ejemplo de que programas como *La entrevista con Sarmiento*, pese a ser de los más apegados a las leyes no fue reconocido en esta entrega de premios.

Pero ahora veamos qué sucedió con los canales gubernamentales que es sabido planean su programación basándose en lineamientos culturales y educativos principalmente.

#### 4.5 CANAL 11

El solo hecho de ver unos minutos algún programa de Canal 11 nos hace ver que sus transmisiones cumplen, casi estrictamente con lo establecido por la Ley Federal de Radio Televisión, y que la línea de la educación y la cultura es la que rige sus actividades, sin dejar de lado el entretenimiento.

Quizá por ello fue quien mayor número de transmisiones premiadas tuvo. En la categoría de Revista / Entrevista/ Informativo, fue premiado *El rincón de los sabores*, programa que *“muestra, de manera clara, la preparación de atractivos menús que invitan al auditorio a experimentar con diversos sabores, colores y texturas que cautivan a nuestros sentidos y nos introducen en el rico y creativo mundo de la cocina”*<sup>122</sup>.

En la misma categoría encontramos *Conversando con Cristina Pacheco* transmisión en la que la periodista Cristina Pacheco entrevista a distintas personalidades de la cultura y el espectáculo, entre otros.

Como programa de Cultura / Divulgación Científica / Documental destacó *La aventura de México desconocido* emisión *“en la que Canal 11 en conjunto con la editorial México Desconocido nos muestran expediciones por tierra, aire y mar los ecos de México”*<sup>123</sup>.

---

<sup>122</sup> <http://oncetv-ipn.net/rincon/>, 29 de enero de 2007.

<sup>123</sup> <http://oncetv-ipn.net/mexicodesconocido/>, 29 de enero de 2007.

Catalogada como Telenovela / Miniserie / Melodrama, *Historias de leyenda*, también fue reconocida al ser una serie “en la que se rescatan relatos transmitidos de generación en generación y que forman parte del acervo cultural de nuestro país para difundir parte de la tradición literaria mexicana”<sup>124</sup>.

Otras dos transmisiones de Canal 11 distinguidas y calificadas como producciones Infantil / Didáctica fueron: *El diván de Valentina*, “donde Vale, niña de nueve años, cuenta sus propias peripecias”<sup>125</sup>. Y *Bizbirije* “programa en el que los niños de entre 6 y 9 años envían sus juegos, experimentos, trabalenguas, recetas, chistes y retos para ser transmitidos”<sup>126</sup>.

Revisemos ahora su comportamiento.

	May. 04	Jul. 04	Sep. 04	Nov. 04	Dic. 04	Ene. 05	Mar. 05	May. 05
<i>El rincón de los sabores</i>	Lun-Vie. 10:30 Sab. 19:30	Lun-Vie. 8:30 y 11:00 Sab. 19:30						
<i>Conversando con Cristina Pacheco</i>	Vie. 20:00 Dom. 00:30	Vie. 20:00 Dom. 00:30	Vie. 20:00 Dom. 00:30	Vie. 20:00 Dom. 00:30	Vie. 20:00 Dom. 00:30	Vie. 20:00 Sab. 2:30 Dom. 00:30	Vie. 20:00 Dom. 00:30	Vie. 20:00 Dom. 00:30 Lun.-Sab. 2:30
<i>La aventura de México Desconocido</i>	Jue. 9:30	Jue. 20:30 Vie. 12:30 Dom. 20:00						
<i>Historias de Leyenda</i>	Jue. 20:30		Dom. 20:30	Dom. 20:30	Dom. 20:30	Dom. 20:30	Dom. 20:30	Dom. 20:30
<i>El diván de Valentina</i>	Lun.-Vie. 15:30 Dom. 9:30	Lun.-Vie. 15:30 Dom. 9:30		Mie. 15:30 Dom. 9:30	Mie. 15:30 Dom. 9:30	Mar. y Jue. 15:30 Dom. 9:30	Mie. 15:30 Dom. 9:30	Mie. 15:30 Dom. 9:30
<i>Bizbirije</i>	Jun.-Vie. 14:30 Sab. y Dom. 8:00	Jun.-Vie. 14:30 Sab. y Dom. 8:00	Jun.-Vie. 14:30 Sab. y Dom. 8:00	Jun.-Vie. 14:30 Sab. y Dom. 8:00	Jun.-Vie. 14:30 Sab. y Dom. 8:00	Jun.-Vie. 14:30 Sab. y Dom. 8:00	Jun.-Vie. 14:30 Sab. y Dom. 8:00	Jun.-Vie. 14:30 Sab. y Dom. 8:00

FUENTE: Elaboración propia. Con información del periódico La Jornada. De mayo de 2004 a mayo de 2005.

<sup>124</sup> <http://onctv-ipn.net/leyenda/>, 29 de enero de 2007.

<sup>125</sup> <http://onctv-ipn.net/divan/ind>, 29 de enero de 2007.

<sup>126</sup> [http://onctv-ipn.net/acerca\\_de\\_canal\\_once/boletin\\_021.html](http://onctv-ipn.net/acerca_de_canal_once/boletin_021.html), 29 de enero de 2007.

En lo que se refiere a *El rincón de los sabores* se percibe regularidad y permanencia en sus transmisiones. Asimismo, *Conversando con Cristina Pacheco* continuó con su día y hora de emisión, inclusive las retransmisiones se incrementaron para mayo de 2005. Y de la misma forma sucedió con *La aventura de México Desconocido*, que además de su transmisión de estreno contaba con dos repeticiones.

Por su parte, *Historias de leyenda* tras haber salido del aire, regresó para permanecer tras la premiación los domingos y una situación similar sucedió con *El diván de Valentina* que a pesar de no continuar con transmisión diaria se mantuvo semanalmente, además de los fines de semana.

Y en cuanto a *Bizbirije*, se observa que siguió su transmisión sin verse afectada en ningún sentido. En el caso de esta emisora, así como de la que posteriormente revisaré, es poco probable encontrar programas que no cumplan con la mayor parte de los puntos que establece la ley, ya que más allá e independientemente de los premios recibidos, estos canales mantienen su línea temática por políticas propias, no porque alguien más se los solicite.

#### **4.6 CANAL 22**

Por último, en Televisión Metropolitana, dónde se trabaja la línea cultural, se obtuvieron dos reconocimientos, en la categoría de Cultura / Divulgación Científica / Documental y en la de Entretenimiento.

En el primer caso se encuentra *La magia de la naturaleza* barra de programación en la que se transmiten documentales sobre la vida animal, el hombre y el medio ambiente.

En cuanto al rubro Entretenimiento el galardón lo obtuvo *El estudio de Manzanero* programa conducido por el cantautor Armando Manzanero y en el que se presentan grupos musicales y/o solistas profesionales y amateurs para interpretar algunos de sus temas. La siguiente tabla muestra la manera en que los programas mencionados se manejaron.

	May. 04	Jul. 04	Sep. 04	Nov. 04	Dic. 04	Ene. 05	Mar. 05	May. 05
<i>La magia de la Naturaleza</i>	Lun.-Vie. 17:30 Dom. 16:00	Lun.-Vie. 17:30 Dom. 16:00	Lun.-Vie. 18:00 Dom. 16:00	Lun.-Vie. 18:00 Dom. 16:00	Lun.-Vie. 18:30 Dom. 16:00	Lun.-Vie. 18:30 Dom. 16:00	Lun.-Vie. 18:30 Dom. 16:00	Lun.-Vie. 17:00 Sab. 15:30
<i>El estudio de manzanero</i>	Mie. 21:00 Dom. 20:00	Mie. 21:00 Dom. 20:00	Mie. 21:00 Dom. 20:00	Mie. 21:00 Dom. 20:00	Mie. 21:00 Dom. 20:00	Mie. 21:30 Dom. 20:00	Mie. 21:00 Dom. 20:00	Sab. 22:00

FUENTE: Elaboración propia. Con información del periódico La Jornada. De mayo de 2004 a mayo de 2005.

Canal 22, al igual que en los casos anteriores, tampoco modificó sustancialmente la transmisión de sus programas, ambos tuvieron permanencia en día y hora de emisión; pero cabe señalar que el caso de *La magia de la naturaleza* es especial, ya que no es propiamente un programa sino una barra de programación en la cual se incluyen emisiones, de origen extranjero y no necesariamente hechos por la misma casa productora y que sólo tienen en común su temática general: la naturaleza ya sea animal, humana o ambiental.

Con lo anterior surge la duda de si lo que califica la Asociación es 1) programas nacionales o extranjeros, ya que si lo que pretenden es estimular la creatividad, así como la identidad entre otras cosas en la producción nacional y lo que premian son series extranjeras, no se cumple con su objetivo; y 2) programas o barras programáticas, porque no es lo mismo calificar el contenido de un programa que el perfil de una parte o del total de la programación de un canal de televisión.

La información que se acaba de analizar nos permite observar que la entrega de Premios Qualitas no marcó definitivamente ninguno de los programas reconocidos;

que a pesar de que se consideraron seis meses para la realización del ICCM no en todos los casos se respetó al pie de la letra el periodo de tiempo, por lo que el instrumento de análisis que utilizaron no funcionó de la misma manera para todos los programas; que algunas emisiones no seleccionadas como ganadoras bien pudieron haber cumplido con los requisitos; y que no se hace un reconocimiento a las producciones de México, sino a las transmisiones que aquí se realizan, cuestión que de alguna manera cambia el sentido de *"impulsar el verdadero talento, la creatividad responsable"*<sup>127</sup>.

Asimismo, podemos observar que la programación de cada canal comercial (2, 5, 7 y 13) mantuvo su misma línea conservando al aire tanto los programas premiados, que en términos muy generales, cumplían con lo estipulado por la Ley, como los programas que se alejan considerablemente de ésta, es el caso de *La Hora pico*, *Big Brother*, y *Ya cayó!* entre otros, violando así reglas referentes al lenguaje, las buenas costumbres, el respeto y los horarios, lo cual nos habla de que estas televisoras sólo cumplen de manera minoritaria e indispensable con algunas de las disposiciones legales, además de demostrarnos que las autoridades no ejercen su capacidades para darle orden a ésta situación.

De igual forma, Canal 11 y 22 mantuvieron sus respectivas líneas, la diferencia es que éstas dan cumpliendo a la promoción de la cultura nacional, los valores, las costumbres, las tradiciones, el respeto y el uso correcto del lenguaje, contribuyen con la educación, informan adecuadamente y entretienen, actividades que dan seguimiento y cumplimiento a la Ley Federal de Radio y Televisión y a lo estudiado en la teoría funcional de la comunicación.

Lo anterior me lleva a concluir que en el caso de Televisa y TV Azteca ni la ley ni las autoridades, y mucho menos una Asociación Civil son suficientes para la mejora de sus contenidos, mientras que para las televisoras estatales la calidad de sus

---

<sup>127</sup> <http://www.iccm.com.mx/0antecedx.asp>, 30 de agosto de 2005.

contenidos y la contribución de estos con la sociedad está por encima de las estadísticas de raiting y de la opinión de cualquier organización social moralista.

Antes de finalizar este último capítulo y con el fin de indagar en el proceso de evaluación de los programas, a continuación haré una breve revisión de uno de las emisiones reconocidas por su calidad en contenido, esto tomando como base los parámetros que A Favor de lo Mejor utiliza para su calificación y que enseguida se mencionan:

- Pertinencia y adecuación
- Afirmación de valores
- Lenguaje y vulgaridad
- Conducta sexual
- Creatividad constructiva
- Armonía comunicativa

De esta forma, tomaré azarosamente el programa de *El diván de Valentina*, transmitido por Canal 11. A continuación se observan desglosados y centrados en el programa antes mencionado los seis puntos que abarca el estudio que elabora la Asociación:

<b>EL DIVÁN DE VALENTINA</b>						
<b>GÉNERO:</b> INFANTIL / DIDÁCTICO						
<b>ELENCO:</b> Irene Garibay (Valentina) Dinno García (Vicente Valdéz) Irela de Villers (Berta Valdivia) Erich Harrsch (Benito Valdéz Valdivia) Alessandro Durán (Bruno Valdéz Valdivia) Nelly Horsman (Mama)				<b>SINOPSIS:</b> Valentina, una niña de nueve años, cuenta sus peripecias, su vida en familia y con sus amigos así como su proceso de crecimiento.		
Pertinencia y adecuación: público, horario y contenido		Afirmación de valores: presencia y afirmación de valores universales, la trama y el tema.	Lenguaje y vulgaridad	Conducta sexual	Creatividad Constructiva: aspectos y recursos de producción, actuación, tema, tratamiento y mensaje, talento y genialidad para captar atención y generar interés.	Armonía Comunicativa: congruencia dinamismo, innovación y armonía de sus elementos
PÚBLICO	HORARIO					
5-12 años	9:30 y 15:30	Familia Amistad Amor Honestidad	No se hace un mal uso del lenguaje ni se distorciona	No se presentan desordenes sexuales	Casting adecuado para proyectar los valores de la producción, tema adaptado al target y fluidez audiovisual.	Afirmación de valores positivos que contribuyen con la formación de los niño,s e integración de los elementos de producción.

Fuente: Cuadro de elaboración propia, basado en los parámetros de AFM.

Como podemos observar en estos seis puntos se incluyen diversos subtemas que al desmenuzarse darían como resultado un análisis un poco más amplio de cada uno de los programas a calificar, lo que tendría como consecuencia una premiación con mayor validez, alejándose así del tinte moralista que le da el centrarse en aspectos que tienen que ver con el bien y el mal, pero a la vez calificando la calidad de los contenidos. A continuación un ejemplo de una posible primer propuesta para calificar los programas:

EL DIVÁN DE VALENTINA									
EMPRESA									
PRODUCTOR									
DIRECTOR									
GÉNERO: INFANTIL / DIDÁCTICO									
ELENCO: Irene Garibay (Valentina) Dinno García (Vicente Valdéz) Irela de Villers (Berta Valdivia) Erich Harrsch (Benito Valdéz Valdivia) Alessandro Durán (Bruno Valdéz Valdivia) Nelly Horsman (Mamai)					SINOPSIS: Valentina, una niña de nueve años, cuenta sus peripecias, su vida en familia y con sus amigos así como su proceso de crecimiento.				
PÚBLICO	HORARIO	TEMA / CONTENIDO	OBJETIVO	TRATAMIENTO / GUIÓN	RECURSOS				
					VALORES	LENGUAJE	CONDUCTA SEXUAL	ACTUACIONES	ELEMENTOS DE PRODUCCIÓN (ambientación, musicalización, diseño, edición)
5-12 años	9:30 y 15:30	Aborda como temática principal la unión familiar.	Mostrar a la familia como el principal vínculo social.	La temática general está adaptada al entendimiento del target y los temas específicos de cada capítulo son tratados de forma didáctica .	Familia Amistad Amor Honestidad	Se utiliza un lenguaje entendible para el público méta. No se hace un mal uso ni se distorciona.	No se presentan desordenes sexuales.	Casting adecuado para proyectar los valores de la producción y el tema.	Principalmente realizado en locaciones y en ambientes reales o fuertemente apegados a la realidad. Fuidez audiovisual.

Cuadro de elaboración propia.

Cabe mencionar que además de un análisis exhaustivo de los elementos mencionados en el cuadro anterior también es pertinente complementar la evaluación con aspectos como el proyecto de producción del programa y la opinión abierta del público entre quizá otros elementos que son tema de un estudio más especializado sobre análisis de contenido.

Ahora bien, con los datos hasta aquí presentados y retomando los capítulos anteriores a continuación presento mis conclusiones.

## CONCLUSIONES

La investigación aquí presentada nos lleva a entender que una sociedad es un conjunto de personas de distinto género, edad y condición económica que se localizan en un determinado territorio estableciendo relaciones materiales, sociales y espirituales, pero siempre bajo cabeza de una autoridad, misma que se establece tras el intento por llevar una vida más organizada.

Con el mismo fin, en la sociedad se crean convenciones que definen el comportamiento de cada uno de los miembros de ésta, así como también se establecen los valores que cada cosa y persona alcanzan.

Por otro lado, a la autoridad que encabeza a la sociedad se le fijan tareas que debe cumplir y hacer cumplir para lograr un adecuado funcionamiento de las personas en conjunto, es decir, para que éstas trabajen en pro del bien común.

A esta serie de convenciones que se heredan y aprenden de generación en generación se le denomina cultura, pero para que ésta pueda ser transmitida es necesaria la comunicación, entendiendo a ésta como la acción humana de informar, de compartir con sus semejantes su cultura, en otras palabras, sus ideas, valores, creencias, conocimientos, deseos y sus sentimientos, entre otras cosas.

Esta acción de informar se lleva a cabo de distintas formas, puede ser por medio de señas, de sonidos y/o de gráficos, mismos que se pueden difundir a través de diferentes instrumentos, desde los más sencillos como la voz o el cuerpo, hasta los complejos como la radio, la Internet o la televisión, todo ello dependiendo de la proximidad que se tenga entre los involucrados y el número de ellos .

Lo anterior nos lleva a ver a la televisión como un instrumento por medio del cual se pueden transmitir mensajes a un numeroso grupo de personas, y la cual suele

ser utilizada como medio para difundir la información de cualquier tipo como la cultura de un país e incluso puede servir como medio para educar o simplemente para entretener. Pero ¿quién determina qué información debe ser difundida a través de este medio?

Pues bien, en México la función de la televisión es, como se destaca en el apartado de la *Ley Federal de Radio y Televisión*: “contribuir al fortalecimiento de la integridad nacional y el mejoramiento de las formas de convivencia humana”<sup>128</sup> sin embargo, en la práctica, la industria de la televisión en nuestro país no se dedica sólo a fortalecer la cultura nacional sino también a informar y entretener, acciones que, de acuerdo con la teoría funcionalista de la comunicación, son también funciones con las que debe cumplir este medio.

Pero ¿cómo pretender que la televisión mexicana se enfoque sólo en contribuir con la cultura, la educación y la cohesión social, si desde sus inicios se ha visto marcada por la comercialización de sus mensajes?

Si bien en todos los ámbitos es necesario respetar las leyes, también éstas debieran estar en constante renovación de acuerdo con los avances tanto sociales como económicos o técnicos y tecnológicos, dependiendo del tema del que se trate. Pero sobre todo y desde sus inicios las autoridades tendrían que haber respetado y hecho respetar la normatividad que existe sin involucrar intereses particulares, aunque esto suene trillado y sumamente lejano a lo que vivimos hoy en día, ya que de esta manera se vería beneficiada toda la sociedad y no sólo ciertos sectores de ella, lo cual se traduciría en una evolución positiva en todos los ámbitos.

---

<sup>128</sup> Art. 5°. De la Ley Federal de Radio y Televisión en <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/index.htm>, 23 de octubre de 2006.

Lo anterior quizá es una utopía, sin embargo existen derechos que a lo largo de la historia se han mantenido vigentes y parecieran con mayores avances, como la libertad de expresión y no debiera haber quien intente coartarlos por grande que pueda ser el poder económico con el que cuentan.

Muy cierto es que la televisión es un medio que difunde cualquier tipo de mensajes de manera masiva y que al transmitir uno que contenga violencia o palabras ofensivas éste puede tener un impacto negativo en el espectador, pero ¿quién determina qué es violento u ofensivo y qué no? Lo que para una persona puede serlo para la otra no y la diferencia puede radicar en detalles mínimos. Además, ¿cómo echarle la culpa a la televisión si el espectador tiene la capacidad de decidir libremente qué ver?

Esto sucede con lo que la mencionada *Asociación a Favor de lo Mejor* plantea e intenta hacer. Quizá pueda ser muy loable su *intento* por mejorar los contenidos de la televisión, pero qué tan válidos pueden ser sus criterios si sus juicios se basan en lo que una pequeña porción del público potencial opina y con qué autoridad cuentan como para juzgar las transmisiones de televisión.

Además esta Asociación dice tener como miembros a personas, organizaciones e instituciones que representan a la población, sin embargo no podemos considerarlos como muestra representativa, ya que en su mayoría son instituciones o personas que, de alguna manera, están vinculadas con la religión o en grupos *derechistas*, los cuales no pueden pedir más que acciones apegadas a la *moral* y las *buenas costumbres*, lo que no da cabida a la libertad de expresión ni a la pluralidad, ya que sólo critican, evalúan y sancionan bajo dichos criterios.

Ejemplo de lo anterior es el denominado reality show *Big Brother*, programa al cual lo criticaron fuertemente por su contenido *banal y frívolo*. Pero aquí cabe resaltar que con todo y sus críticas, todos nos pudimos percatar de que Bacardi, *Jumex* y

*Devlyn* entre otros anunciantes miembros de *A Favor de lo Mejor A.C.*, tuvieron publicidad dentro de la emisión. Entonces ¿dónde está la moral, las buenas costumbres y la diferencia entre el bien y el mal de la que hablan? Evidentemente no podían dejar pasar la oportunidad de que sus productos fueran anunciados en uno de los programas que mayor expectativa había causado.

Y qué decir del programa *Toma libre* que se dice fue sacado del aire por intervención de dicha organización, rumor confirmado más tarde por la propia producción. Pero aunque razones pudieron haber sobrado para que la emisión fuera cancelada, ellos no cuentan con ningún derecho de obligar a hacerlo, para ello está la ley y quienes la deben hacer cumplir, pero como en muchos de los casos la autoridad brilla por su ausencia.

Este tipo de agrupaciones sólo se pueden hacer presentes gracias a vacíos de autoridad que existen, es el caso del Consejo Nacional de Radio y Televisión que, a pesar de estar considerado dentro de la Ley Federal de Radio y Televisión y su respectivo Reglamento, no existe en la práctica, todo gracias a que los concesionarios de los medios lograron aplazar indefinidamente la instauración de éste en 2001<sup>129</sup>.

Absolutamente nadie más que dicho Consejo Nacional tiene derecho a evaluar y sancionar las transmisiones de los medios; sin embargo, hay quien lo hace, como ya se mencionó, pero esto no es todo, también cabe señalar cómo lo hacen.

Si bien todos tenemos derecho a opinar y criticar las emisiones televisivas no podemos imponer nuestras visiones al respecto. Todo aquel individuo que quiera difundir una crítica que contribuya con el mejoramiento de los contenidos necesita tener fundamentos sobre los procesos de la comunicación de masas, sobre el

---

<sup>129</sup> <http://www.mexicocomunica.org.mx/menú/reality/>, 30 de agosto de 2005.

lenguaje televisivo y no debiera emitir juicios basados en el bien y el mal como lo hace A Favor de lo Mejor A.C.

En la actualidad no podemos criticar programas por el solo hecho de tratar temáticas que anteriormente no se permitían obedeciendo criterios moralistas, las opiniones debieran girar en torno a qué tan documentadas están las transmisiones, cómo se tratan dichos temas y qué tan responsablemente están presentados.

Es necesario que las opiniones que se pretende sean tomadas en consideración estén sustentadas en instrumentos de análisis válidos y avalados por conocedores del proceso de la televisión en nuestro país.

Además, cabe señalar que en el proceso de evolución de la televisión como parte de la sociedad y el proceso de la sociedad misma, existen algunos nuevos géneros televisivos que no figuran en la ley correspondiente, pero no por ello deben ser prohibidos, sino que hay que regularlos, dictarles algunas reglas del juego, hay que determinar por ejemplo, horarios de transmisión para que no resulten agresivos para cierta porción del público, aunque hay que destacar que no sólo es responsabilidad de los medios quién ve qué programa y cómo los interpreta cada televidente. No podemos concebir a la televisión como *la maestra moderna* aunque ésta pueda jugar un papel importante en la educación.

Por otro lado, y en tanto a los premio Qualitas se refiere, además de las críticas y encuestas o sondeos que se realizan sobre los medios, para poder otorgar un premio o reconocimiento a los contenidos de la televisión es necesario realizar un análisis de contenido que tome en cuenta el proyecto, dónde se incluyan: objetivos, target y descripción del proyecto, entre otros elementos; además de un análisis audiovisual de un capítulo de la serie, esto para poder identificar y explicar

el sentido de los mensajes y así poder determinar qué programas contribuyen positivamente al televidente.

Asimismo hay que fijar géneros televisivos bajo los cuales se puedan categorizar a los programas a estudiar porque no es lo mismo analizar un programa infantil que un programa de noticias. Entonces, podemos diferenciar, entre las más importantes emisiones: noticiosas o de temas públicos, de ficción y/o dramatizados, documentales, de divulgación científica o educativos, de arte o música, de deporte, de entretenimiento en general e infantiles.

Dicho tipo de estudios y análisis deben estar realizados por expertos en la materia y deben ser difundidos públicamente para así, contribuir para que el espectador tenga criterios y tomar las decisiones que mejor le convengan o más le agraden, de acuerdo a sus necesidades y gustos personales.

Además hay que definir si el premio va a ser otorgado a las transmisiones o a las producciones, ya que si se reconoce a las primeras cabría la posibilidad de premiar también a los programas de origen extranjero en alguna otra categoría, y si lo que se intenta es estimular a los productores nacionales para que continúen con la creación de programas que influyan de manera positiva en la sociedad, lo más conveniente es no incluir como categoría *series extranjeras*.

Este tipo de galardones pueden contribuir positivamente siempre y cuando estén realizados por personas calificadas y lo hagan de manera pública sin que intervengan intereses personales, ni ideologías que puedan manipular o influenciar las evaluaciones.

Esta falta de seriedad manifestada en el actuar de *A Favor de lo Mejor* la vemos reflejada en el monitoreo aquí presentado, mismo que arroja nulos cambios en la programación de los canales nacionales, lo que habla de ésta Asociación como una

organización no representativa ni válida para las televisoras quienes, evidentemente, prefieren conducirse bajo sus propios intereses y políticas, que bajo los promovidos por una agrupación que ni sus objetivos y misión tiene definidos.

Esta investigación pone de manifiesto que en la industria de la televisión existen muchos intereses que la influyen a ella y a sus espectadores, que lo que vemos en pantalla no es sólo producto de quien realiza el programa sino también de aquellos que tienen publicidad en los cortes comerciales que vemos durante las transmisiones; que la regulación de este medio de comunicación depende únicamente de lo que las leyes y las autoridades de este país determinen; y, lo más importante, que nosotros somos los que decidimos lo que vemos, ya que tenemos el poder en nuestro control remoto y porque tenemos la obligación de exigir que se cumpla con las leyes.

---

## ANEXO I

### **Anunciantes:**

Aeroméxico, Alpura, Banamex, BBVA Bancomer, Bayer, Cemex, Ceras Jonson, Cervecería Cuauhtémoc Moctezuma, Coca-Cola, Colgate Palmolive, Comercial Mexicana, Corporativo Herdez, El Palacio de Hierro, El Puerto de Liverpool, FujiFilm, Gigante, Grupo Femsa, Grupo Financiero Bital (ahora HSBC), Grupo Industrial Bimbo, Grupo Industrial Lala, Grupo Modelo, Grupo Savia, Industrias Alen, ING Seguros Comercia América, Jonson & Jonson, Jumex Kimberly-Clark, Kraft, La Costeña, Lagg's, Mabe, Maseca, Metlife México, Mexicana de Aviación, Microsoft, Nestlé, Ópticas Devlyn, Pedro Domecq, Procter & Gamble, Quaker State, Recubre, Sabritas, Samborn's Hermanos, Sears Reebok de México, Teléfonos de México, Uniliver de México y Viana.

### **Empresas:**

Arellano Asesores, Avicar Occidente, Calbert, Caso y Asociados, Cintas Plásticas, Compañía Eurolatinoamericanana de Comunicación, De la Vega Producciones, Fernández Editores, Formatécnica, Fundación Manuel Arango, Gas Texcoco, Grupo de Tecnología Cibernética, Grupo Mágico Internacional, Hacienda de los Morales, INROADS de México, Invermat, Joyas Plaza Galería, Laboratorios Columbia, Lebrija Rubio Publicidad, McCann-Erickson, Medios Impresos Selectos, Misco, Multipack, Plásticos Vinilos Rev, Productora y Comercializadora de Televisión, Productos Rich, Proeza BDDP, Promotora de Empresas VM, Refrigeración Morelos, Remakl, Ruíz Urquiza y Cía., Saroma, Shore Asociados Ejecutivos, Sicofin Asesores de Negocios, y Starco.

### **Instituciones Educativas:**

Antiguo y Benemérito Colegio Santa Inés, British American School C.E.T.Y.S Universidad, Centro Cultural Fray Bartolomé de las Casas, Centro de Estudios Cristóbal Colón, Centro Educativo Juan Martín Moye, Centro Escolar Cedros (sur),

Centro Escolar Izcalli, Centro Escolar Patria, Centro Escolar Profesor A. Federico Froebel, Centro Escolar Yaocalli, Centro Universitario de Integración Humanística, Colegio América, Colegio Americano de Echegaray, Colegio Azcapotzalco Primaria, Colegio Azcapotzalco Secundaria, Colegio Baden Powell, Colegio British American School, Colegio Cristóbal Colón (Lomas Verdes), Colegio de Educación Preescolar Juana de Asbaje, Colegio de la Veracruz, Colegio del Sagrado Corazón, Colegio Despertar, Colegio Diez de Mayo, Colegio Don Bosco de Cuautitlan Izcalli, Colegio Francés del Pedregal, Colegio Fray García de Cisneros, Colegio Fray Pedro de Gante e Instituto Cultural 12 de Octubre, Colegio Hispanoamericano Superior, Colegio Jerónimo Mariano Usera Alarcón, Colegio José María Morelos y Pavón, Colegio Juan Ramón Jiménez, Colegio La Salle Boulevares, Colegio La Salle de Seglares, Colegio La Salle de Seglares Secundaria, Colegio La Salle Hacienda Arboledas, Colegio Leopoldo Kiel, Colegio Luz, Colegio Luz del Tepeyac, Colegio María Curie, Colegio María Regina, Colegio Miraflores, Colegio Nuevo Continente, Colegio Ontario, Colegio Pablo María Guzmán, Colegio Reims, Colegio Simón Bolívar (primaria), Colegio Simón Bolívar del Pedregal Varones, Colegio Simón Bolívar del Pedregal para Niñas, Colegio Tepeyac Estrella, Colegio Tepeyac Mexicano, Colegio Virrey de Mendoza, Colegio Williams, Colegio y Jardín de Niños La Salle Bellavista, Colegio Zacatecas, Comunidad Educativa Hispanoamericana, Escuela Anne Sullivan, Escuela Alexander Bain, Escuela Concepción Pascal Cruzado, Escuela Cristóbal Colón Secundaria, Escuela Fundación Mier y Pesado, Escuela Fundación Mier y Pesado Varones, Escuela Gerardo Monier, Grupo Educativo Anglo Americano, Instituto Anglo Americano, Instituto Bilingüe Rudyard Kipling, Instituto Canadiense Clarac, Instituto Crisol, Instituto Cultural Copán, Instituto Esperanza, Instituto Inglés Mexicano, Instituto Isabel Grassetau, Instituto Juventud del Estado de México, Instituto Martinak, Instituto Mexicano Regina, Instituto México, Instituto Miguel Ángel, Instituto Morelos, Instituto Marillac, Instituto Ovalle Monday, Instituto Pedagógico Anglo Español, Instituto Progreso Esperanza, Instituto Salamanca, Instituto Scifi, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, Instituto Tlaxomulco, Instituto Universitario del

Estado de México, Jardín de Niños Fátima, Jardín de Niños La Salle Boulevares, Jardín de Niños La Salle Hacienda Arboledas, Kinder La Salle, Preparatoria La Salle Boulevares, Recreo Infantil Kri-Kri, Secundaria La Salle Boulevares, Secundaria y Preparatoria La Salle Hacienda Arboledas, Unidad Pedagógica Sor Juana Inés de la Cruz, Universidad Anáhuac, Universidad Anáhuac del Sur, Universidad Azteca de Chalco, Universidad de la Comunicación, Universidad de Nuevo León, Universidad Mayab, Universidad del Pedregal, Universidad del Tepeyac, Universidad del Valle de México, Universidad Emilio Cárdenas, Universidad Franco Mexicana Campus Cuautitlán, Universidad Franco Mexicana Campus Satélite, Universidad Hispanoamericana, Universidad Hotelera y Gastronómica, Universidad Insurgentes, Universidad La Salle, Universidad Lucerna, Universidad Panamericana, Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla, Universidad Saleciana, Universidad Simón Bolívar, Universidad Tecnológica de México y Universidad Vasco de Quiroga.

#### **Asociaciones e Instituciones Diversas:**

Alianza de Maestros, Alianza Nacional para la Moral, Asociación A Favor de lo Mejor, Ciudad Juárez; Asociación A Favor de lo Mejor en Baja California; Asociación A Favor de lo Mejor, Jalisco; Asociación A Favor de lo Mejor, Michoacán; Asociación A Favor de lo Mejor, Monterrey; Asociación A Favor de lo Mejor, Mérida; Asociación A Favor de lo Mejor, San Luis Potosí; Asociación A Favor de lo Mejor, Tabasco; Asociación Gilberto, Asociación Mexicana de Malta, Asociación Mexicana la Superación Integral de la Familia, Asociación Mundial para la Familia y la Educación, Asociación Nacional Cívica Femenina, Centro de Ciencias Para la Familia Lomas, Centro de Comunicación Cristiana de Bienes, Centro de Orientación Familiar de Tapachula, Centro Empresarial Tampico, Centro Empresarial Zacatecas, Centro Humano de Liderazgo, Centro Juvenil de Capacitación Integral, Comisión Mexicana de Derechos Humanos, Confederación Nacional de Escuelas Particulares, Confederación Nacional USEM, Confederación Patronal de la República Mexicana, Consejo Coordinador Empresarial Mexiquense, Consejo de Autorregulación y Ética Publicitaria, Consejo Nacional Serra, Cruz Roja Mexicana, Desarrollo Empresarial

Mexicano, En la Comunidad de Encuentro, Familia Mexicana Satélite, Federación de Escuelas Particulares de Chihuahua, Federación de Escuelas Particulares de Tulancingo, Federación de Escuelas Particulares del D.F., Federación de Escuelas Particulares del Estado de México, Federación de Escuelas Particulares del Estado de México Industrial, Federación de Escuelas Particulares del Estado de Morelos, FIMPES, Folletos EVC, Fomento Educativo Cultural, Fundación Jesús García Figueroa, Fundación GBM, Fundación Santa Luisa de Marillac, FUNDICE Identidad Cultura y Educación, Gente Nueva, Grupo Editorial Santillana, Grupo Pio XII, Guías de México, Instituto Cultural Ludwing Von Mises, Instituto Mexicano de Doctrina Social Cristiana, Mejor Calidad de Vida, México Unido Contra la Delincuencia, Misioneros Servidores de la Palabra, Movimiento Testimonio y Esperanza, Organización Internacional Carmen, Patronato cuajimalpa, Por México A Favor de lo Mejor, León; Programa YMCA de Desarrollo Comunitario y Asistencia Social, Red Familia, UNIFACE de México, Unión Iberoamericana de Padres de Familia, Vertebra, Vida y Familia, Voluntarias Vicentinas.

**Personales:**

Eduardo Alí Buchat, Ma. Isabel Álvarez de Díaz Leal, Martha Beltrán de Oropesa, Patricia Boysselle de Díaz, Cesia Buenavista de la Cruz, Fernando Casas Bernard, Ángel Pedro Elí García, Ma. Guadalupe Felici de Flores, Yadira Figueroa de Estrada, Alfonso Gómez, Gabino Gómez, José Manuel Irurita Pérez, Héctor Larios Santillán, Francisco J. López Díaz, Leticia Marí de C., Baltasar Márquez Canú, Ramón Miselem Alfonso, Ignacio Orendain Kunhardt, Martha Orozco E., Alicia Orozco de Degetau, Carlos Osuna Fernández, Francesco Piazzesi Tommasi, Roberto Ramírez Macías, María E. Rodríguez Prats, Mónica Salazar de Valero, Roberto Sánchez Mejorada Cataño, Lorenzo Servitje Sendra, Roberto Servitje Sendra, María Rebeca Tallabs Rubio, Alfonso Tena García, Fernando Uribe Calderón, Javier Valdés García y Pedro Velasco A.

## ANEXO II

CANAL: 2 XEWTV

MES: MAYO 2004

SEMANA DEL: 3 AL:

	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO	
05:30	Programa especial de RTC							05:30
06:00	En Contraste (noticias)					El mejor regalo (película)	El oso Yogi	06:00
06:30							Hoy	En familia con Chabelo
07:00						Dilo Dilo VIP		Burbuja
07:30							Guía de padres	07:30
08:00	Hoy					Más Deporte Olímpico	08:00	
08:30							08:30	
09:00	Rebeca (telenovela)					La línea de la salud	09:00	
09:30						09:30		
10:00	Vida TV					México nuevo siglo	10:00	
10:30						10:30		
11:00	Noticiero con Lolita Ayala					Sábados musicales	11:00	
11:30						11:30		
12:00	100 Mexicanos Dijeron					Mamá solita (película)	12:00	
12:30						12:30		
13:00	Ami, la niña de la mochila azul					Con todo especial	13:00	
13:30						13:30		
14:00	Amor real					Festival del humor	14:00	
14:30						14:30		
15:00	La oreja					Lo mejor de humor es los comediantes	15:00	
15:30						15:30		
16:00	Corazones al límite					Mamá tiene estrella	16:00	
16:30						16:30		
17:00	Amarte es mi pecado					La oreja caliente	17:00	
17:30						17:30		
18:00	Mujer de madera					Acción	18:00	
18:30						18:30		
19:00	La escuela VIP					La parodia	19:00	
19:30						19:30		
20:00	La casa de la risa					La escuela VIP	20:00	
20:30						20:30		
21:00	XHDBZ					La familia P-Luche	21:00	
21:30						21:30		
22:00	La hora pico					La hora pico	22:00	
22:30						22:30		
23:00	La jaula					Mujer... Casos de la vida real	23:00	
23:30						23:30		
00:00	Noticiero con Joaquín López-Doriga					La jugada	00:00	
00:30						00:30		
01:00	Noticiero TD					Danzón (película)	01:00	
01:30						01:30		
02:00	Espacio 2004					Serenata a St. Ma. de Gpe	02:00	
02:30						02:30		
03:00	Infovisión					Zona Abierta	03:00	
03:30						03:30		
04:00	El día que me quieras					Infovisión	04:00	
04:30						04:30		
05:00	Cosas del amor							05:00
06:00	Farmacias Similares							06:00
07:00	Iníquez							07:00

CANAL: 5 XHGC

MES: MAYO 2004

SEMANA DEL: 3 AL

LUNES		MARTES		MIÉRCOLES		JUEVES		VIERNES		SÁBADO		DOMINGO						
Programa especial de RTC																		
06:00	Teletubbies	Iñiguez		Teletubbies		Iñiguez		Teletubbies				06:00						
07:00	Tazmania	Teletubbies/Tazmania		Tazmania		Teletubbies/Tazmania		Tazmania		Felix el gato	Popeye el marino		07:00					
Plaza Sésamo																		
08:00	Bob Constructor	Juana la iguana		Las aventuras de Babar		Bob Constructor		Juana la iguana		La pandilla en el recreo	Gasparín		07:30					
08:30	Scooby Doo	Dora la Exploradora/Scooby Doo										08:00	Los castores cascarrabias					
09:00	Los pequeños picapiedra	Gasparín		Scooby Doo		Gasparín		Los pequeños picapiedra			Hey Arnold	08:30						
Animanlacs												Matinee del Sabado	Matinée del Domingo		09:00			
Flipper													El capitán Cavernicola		09:30			
Hércules													Don gato y su pandilla		10:00			
11:00										El reto Burundis			11:00					
11:30														11:30				
12:00	Batman	Zoids Nuevo Siglo		Batman		Zoids Nuevo Siglo		Batman		Rocket power	La peor pesadilla (película)		12:00					
12:30	Superman	Los supercampeones		Superman		Los supercampeones		Superman						12:30				
La máscara												Power ranger				13:00		
Los thurercats/Monster rancher																13:00		
Tenchimuyo												Tenchimuyo		Los supercampeones		Dr. Quinn		14:00
Pokemon												Pokemon						14:30
15:00	He-man	Transformer Armada		Futbol Internacional		Transformer Armada		He-man		YuGiOh				15:00				
Daniel el travieso												Daniel el travieso						15:30
Smallville: Superman												Smallville: Superman		Balto		¿Dónde estás mamá? (película)		16:00
Bayblade																		16:30
La pandilla en el recreo																		17:00
Los thurnberry																		17:30
18:00										Kazam	Babe, el puerquito valiente (película)		18:00					
18:30	Bob esponja	Jimmy Neutron		Bob esponja		Jimmy Neutron		Bob esponja					18:30					
19:00	Sabrina, la bruja adolescente	Malcom, el de en medio		Sabrina, la bruja adolescente		Malcom, el de en medio		Sabrina, la bruja adolescente					19:00					
Dragon Ball Z																		19:30
El chavo												Terminator II (película)		Quedate a mi lado (película)				20:00
Big Brother VIP El relato												Big Brother VIP El relato						20:30
21:00			Big Brohter VIP Expulsión		Big Brother VIP El relato								21:00					
21:30													21:30					
22:00	Dia de Perros		Otro rollo		No manches		Batman y Robin (película)		Blade		Matrix (película)		22:00					
22:30	Contraataque												22:30					
23:00	Programa especial RTC		24										23:00					
El show de los 70's																		00:00
CVDirecto												Pepsi Chart		Programa Especial RTC				00:30
												Mercacom						01:00
												Programa Especial RTC		Nago promotions		CVDirecto		01:30

CANAL: 7

MES: MAYO 2004

SEMANA DEL: 3 AL

	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO	
07:30								07:30
08:00						Sábado Disney		08:00
08:30								08:30
09:00								09:00
09:30						Disney Club		09:30
10:00							Studio car	10:00
10:30							Deportips	10:30
11:00							Basquetbol NBA	11:00
11:30			Desfile 5 de mayo			Basquetbol NBA		11:30
12:00							Crimen por contrato (película)	12:00
12:30								12:30
13:00			Aquien corresponda			Los hombres que lo cantan al amor, a la mujer		13:00
13:30	Aquien corresponda	Aquien corresponda	Champions League	Aquien corresponda		Eros Ramazzotti		13:30
14:00	Los protagonistas en vivo					Miguel Bosé	NBA Action	14:00
14:30								14:30
15:00				Desde cero		Simplemente Irresistible		15:00
15:30							Basquetbol NBA	15:30
16:00			Águilas de acero IV					16:00
16:30		La cadena de terrorismo		Telaraña de traición	El hijo de otros			16:30
17:00								17:00
17:30						Una chica sensacional	El muchacho de las estrellas	17:30
18:00								18:00
18:30		Tormenta de fuego	Casta de campeón 3	Traición criminal	La vida es la vida			18:30
19:00								19:00
19:30	¡Ay caramba!							19:30
20:00	Los Simpson							20:00
20:30	Hechos 7					Camino a la fama		20:30
21:00							Gigoló por accidente	21:00
21:30		Picante y caliente	Taxi... ¿libre?	¡Ya cayó!	Puro loco			21:30
22:00								22:00
22:30		Uno contra otro	Instinto	Momento crítico	1. Secuestrando a la Srita. Tigle 2. Mi pareja equivocada 3. Estación central	Hechizo de amor	Coyote ugly	22:30
23:00								23:00
23:30								23:30
00:00	Hechos 7							00:00
00:30				Futbol nacional		El escudo		00:30

CANAL: 11 IPN

MES: MAYO 2004

SEMANA DEL: 3 AL:

	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO			
07:00						ONCE NIÑOS	Los siete monstruitos	07:00		
07:30	Noticias con Gabriela Calzada					Dragones bajo la mesa cuadrada	Las aventuras del D.I.S.	07:30		
08:00						Bizbirije	Bizbirije Pijamas	08:00		
08:30	Boleros y un poco más...	Sabor a barrio	Platicame	Mochila al Hombro	Boleros y un poco más...	Zaboo Mafoo	Traecy McBean	08:30		
09:00		Explorando la cocina china		La ruta del sabor		El travieso Ralph	Rock en contacto	09:00		
09:30		Águila o sol		La aventura del México desconocido	Águila o sol	Mowgli	El diván de Valentina	09:30		
10:00	Detrás de la aventura					Cibernet		10:00		
10:30	El rincón de los sabores					Ballena azul gigante en el mar	CINE DEL ONCE West y soda	10:30		
11:00						Platicame	Peter Pan	11:00		
11:30	Dialogos en confianza							11:30		
12:00						A la cachi-cahi porra	¡Corre Ryoji! Seis años de la vida de un estudiante invidente	12:00		
12:30	ONCE NIÑOS Kipper/Yoko Yakamoko Toto					El placer de pintar con Bob Ross	Amazonia, la última llamada	12:30		
13:00	Franklin					Atomix TV		13:00		
13:30	Zaboo Mafoo						Aquí nos tocó vivir	13:30		
14:00	Bizbirije						De todo lo mejor	14:00		
15:00	Mona la vampira/Doug					Tiburones mortales		15:00		
15:30	El Diván de Valentina						Lo mejor de diálogos	15:30		
16:00	Gragitos/Traecy McBean					Águila o sol		16:00		
16:30	Los misterios de Merville/Jack y Marcel						CINE DEL ONCE Westy Soda (rep)	16:30		
17:00	Cuentos de la calle Broca					Centlla, las sombras del río		17:00		
17:30	Cibernet	Bahía peligro		Atomix TV	Bahía peligro	In-Vitro		17:30		
18:00	Videos del once					El show de Jools Holland	CINE DEL ONCE Amor de mi vida	18:00		
18:30						Lobo mexicano, un aullido perdido		18:30		
19:00	D'todo con María Roiz					El rincón de los sabores	La cartelera	19:00		
20:00	In memoriam	Diez Tiburones mortales	Detrás de los últimos santuarios	Lobo mexicano, un aullido perdido	Conversando con Cristina Pacheco	Amazonia, la última llamada	Historias de leyenda	20:00		
20:30			La ruta del sabor	Historias de leyenda			Santitos y santones	20:30		
21:00	Noticias con Adriana Pérez Cañedo					Aquí nos tocó vivir	Perspectiva	21:00		
21:30						Un paso al más allá		21:30		
22:00	Primer plano	CINE DEL ONCE Tinta roja	Noche sin fin	Abrelatas	Lost killers	La casa de lo horrible del terrible Dr. Terrible	Transbordador espacial	22:00		
22:30	Toros y toreros		La caja Negra							22:30
23:00	La cartelera		CINE DEL ONCE Nuestra vida secreta					CINE DEL ONCE Una nueva vida	Periodistas: ¡Fuerza, Willy, Fuerza!	23:00
00:00	Noticias de media noche									00:00
00:30	Leyes de la ciudad				CINE DEL ONCE Leyes de la ciudad	Lo mejor de conversando con Cristina Pacheco	00:30			
01:00					A media noche tomaré tu alma		Perspectiva	01:00		
01:30	CINE DEL ONCE La cara pálida	CINE DEL ONCE Sentenciado a muerte	CINE DEL ONCE Carta de una enamorada	CINE DEL ONCE La década peligrosa		CINE DEL ONCE El complejo de una madre		01:30		
02:00							De todo lo mejor	02:00		
02:30					CINE DEL ONCE El gato negro			02:30		
03:00	Águila o sol					Águila o sol	A la cachi-cahi porra	03:00		
03:30	Detrás de la aventura					El buho pescador de Japón	Detrás de la aventura	In-Vitro	03:30	
04:00								04:00		
04:30	Programa especial de RTC									

CANAL: 13

MES: JULIO 2004

SEMANA DEL: 5

AL:

	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO	
05:30	A quien corresponda							05:30
06:00						Casos sin respuesta		06:00
06:30								06:30
07:00	am							07:00
07:30						Farmacias similares		07:30
08:00						Ingés sin barreras		08:00
08:30						Tempranito		08:30
09:00	Cada mañana							09:00
09:30								09:30
10:00								10:00
10:30								10:30
11:00								11:00
11:30						Top Ten	Torneo Clausura 2004	11:30
12:00	Con sello de mujer					Hit popular		12:00
12:30								12:30
13:00								13:00
13:30								13:30
14:00	Juana la virgen					Hechos	CROC files	14:00
14:30								14:30
15:00	Hechos						Especial musical	15:00
15:30						Torneo Clausura 2004		15:30
16:00	La academia, camino a la fama						Grand Prix	16:00
16:30								16:30
17:00	Lo que llamamos las mujeres							17:00
17:30						Torneo Clausura 2004		17:30
18:00	Ventaneando						DeporTV	18:00
18:30								18:30
19:00	Sonarás					Gente con chispa	La academia III: el concierto	19:00
19:30								
20:00	Belinda							20:00
20:30								20:30
21:00	Mirada de mujer, el regreso					El ojo del Huracán		21:00
21:30								21:30
22:00	Hechos					El rival más débil	Sexos en guerra	22:00
22:30	Los protagonistas de la noche en vivo							22:30
23:00	Ún día con...					Historias engarzadas		23:00
23:30					Reporte 13			23:30
00:00	La entrevista con Sarmiento			Entre lo público y lo privado		Frente a frente	00:00	
00:30							00:30	
01:00	Increíble salieron vivos							01:00
01:30	Casos sin respuesta					Evidencias		01:30

CANAL: 22

MES: MAYO 2004

SEMANA DEL: 3

AL:

	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO		
14:00	Ventana 22 Noticiero					Encuentro		14:00	
14:30	Desde México	TV UNAM	Inauguración de Canal 22 Internacional	TV UNAM	En el fondo somos así	Escenarios	Al filo de lo imposible	14:30	
15:00	Con permiso							Viajes con el 22	15:00
15:30	Diario de Viajeros								15:30
16:00	Galería de cine mexicano							La magia de la naturaleza. Mkomzi	16:00
16:30	El primo Basilio	Tlayucan	Siboney	Eugenia Grandet	Allá en el rancho grande				16:30
17:00									17:00
17:30	La magia de la naturaleza							Galería de cine mexicano. Mi reino por un torero	17:30
18:00	Al este de África	Al este de África	Al este de África	Al este de África	Al este de África		Vida y voz con Juan José Arreola		18:00
18:30							Pantalla de cristal		18:30
19:00	Viajes con el 22	A ciencia cierta	Grandes ríos	A ciencia cierta	Viajes con el 22		Antesala	La hora momentum	19:00
19:30								19:30	
20:00	Siglo XX: la vida en México	Otro México	Garbanzo de a libra	Bulbo: hecho en Tijuana	Tratos y retratos	Ventana Semanal	El estudio de Manzanero	20:00	
20:30	Ventana 22 Noticiero							20:30	
21:00	Conexión México	Suave es la noche	El estudio de Manzanero	Confesiones y confusiones	Acústico	La dichosa palabra	Cuéntame cómo pasó	21:00	
21:30								21:30	
22:00	Cinema 22	Homenaje nacional a Agustín Yañez	Muestra internacional de cine	Perfiles de nuestro mundo Cien años, cien películas: vuelos	Cine latino	Especiales de danza		22:00	
22:30	En brazos del amor	La hora momentum	El color del paraiso	Fuera de serie	Una casa en las afueras	100% Alternativo	Cine de 5 estrellas. Regreso a casa.	22:30	
23:00						Se infiel y no mires con quien		23:00	
23:30									
00:00	Conexión México	Suave es la noche	La dichosa palabra	Confesiones y confusiones	Acústico		El estudio de Manzanero	00:00	
00:30								00:30	
01:00	Ventana 22							01:00	
01:30	Siglo XX: la vida en México	Otro México	Garbanzo de a libra	Bulbo: hecho en Tijuana	Tratos y retratos	Ventana Semanal	Antesala	01:30	

---

**BIBLIOGRAFÍA**

**Baggaley** Jon P., Duck Steve W., *Análisis del mensaje televisivo*. 2ª ed., Gustavo Gili, Barcelona, 1982, 217 p.

**Balcázar** Garcilazo Ricardo J., *El documental como Imagen de la realidad: estudio de caso de las producciones de la Editorial Clío*, FCPyS, UNAM, México, abril 2003, 380 p.

**Bardin** Laurence, *Análisis de Contenido*, 3ª. Edición, Akal, Madrid, 2002, 183 p.

**Benito** Ángel, en *Diccionario de ciencias y técnicas de la comunicación*, Ediciones Paulinas, España, 1991, 1372 p.

**Berlo** David K, *El proceso de la comunicación. Introducción a la teoría y a la práctica*, El Ateneo, México, 1992, 239 p.

**Booth, Colomb y Williams**, *Cómo convertirse en un hábil investigador*, Gedisa, España, 2004, 318 p.

**Chinoy** Ely, *La sociedad. Una introducción a la sociología*, FCE, México, 1978, 423p.

**Crovi** Druetta Delia, *Desarrollo de las industria audiovisuales en México y Canadá*, FCPyS UNAM, México 1995, 212 p.

**Curran** James, Gurevitch Michel, Woollacot Janet, *Sociedad y Comunicación de masas*, FCE. México, 1986, 532 p.

**De Fleur** Melvin, Ball-Rokeach Sandra J. *Teorías de la comunicación de masas*, Piados, México, 1997, 463 p.

**Dieterich** Heinz, *Nueva Guía para la investigación científica*, Ariel, México, 1996, 229 p.

**Fernández** Christlieb Fátima, *La responsabilidad de los medios de comunicación*, Paidós Comunicación, México, 2002, 193 p.

**Fernández** Collado Carlos y Dahnke Gordon L., *La comunicación humana. Ciencia social*, McGraw Hill, México, 1988, 468 p.

**Fiske** John, *Introducción al estudio de la comunicación*, Editorial Norma, 141 p.

- Gallardo** Cano Alejandro, *Curso de teorías de la comunicación*, Editorial Cromocolor, Serie Comunicación, México, 1998, 169 p.
- García-Madrigal** Florencia y Vicén Antolín Carlos, *Fundamentos de comunicación Humana*, Mira Editores, Zaragoza, 1994, 182 p.
- Giner** Salvador, *Sociología*, Península, Barcelona, 1996, 314 p.
- Gomezjara** Francisco, *Sociología*, 5ª ed. Porrúa, México, 1978, 448 p.
- González** Fernando, *Apuntes para una Historia de la Televisión Mexicana II*, Fundación Manuel Buendía, México, 1998, 425 p.
- González** Reyna Susana, *Manual de redacción e investigación documental*, Trillas México, 1984, 204 p.
- Hambling** Christine, Matthews Pauline, *Sociología. Perspectiva y desarrollo de la sociedad humana*, Publicaciones Cultural, México, 1998 293 p.
- Inkeles** Alex, *¿Qué es la sociología? Introducción a la ciencia y a la profesión*, Unión Tipográfica Editorial Hispano Americana, México 1968, 262 p.
- Katz** Charm Samuel, *Diccionario Básico de comunicación*, México, 1980
- Krippendorff** Klaus, *Metodología Teoría y Práctica*, Piados, España, 1997, 279 p.
- Martín-Babero**, J., *Procesos de Comunicación y Matrices de Cultura Itinerario para salir de la razón dualista*, Gustavo Gili, México, 212 p.
- Mattelart** Armand, Mattelart Michèle, *Historia de las teorías de la comunicación*, Piados, España, 1997, 142 p.
- Mattelart** A y Stourdzz, *Tecnología, cultura y comunicación*, Editorial Mitre, España, 1984, 270 p.
- McLuhan** Marshal, *Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano*, Paidós, España, 1996, 366 p.
- McQuail** Dennis, *La acción de los Medios*, Amorroutu Editores, Buenos Aires, 1998, 496 p.
- Mendieta** y Núñez Lucio, *Teoría de los agrupamientos sociales*, 3ª ed, Porrúa, México, 1974, 303 p.
- Montaner** Pedro, Moyano Rafael, *¿Cómo comunicamos? Del gesto a la telemática*, 2ª ed. México, 1998, 156 p.

- Mora** Medina José de la, *Módulo del Taller de comunicación II. Análisis y Producción. Segunda parte*, UNAM-CCH
- Mota** Ignacio H de la, *Enciclopedia de la Comunicación*, Tomo 2, Limusa, México, 1994-1999 (varios Tomos)
- Orozco** Guillermo, *El mensaje de la Televisión mexicana en los noventas: una análisis axiológico de la programación en los canales 2, 5, 9, 11 y 13*, Dirección de Investigación y Posgrado, Universidad Iberoamericana, México, 1993.
- Orozco** Guillermo, *Historias de la Televisión en América Latina*, Gedisa, Barcelona, 2002, 285 p.
- Orozco** Guillermo, *Miradas Latinoamericanas a la televisión*, Universidad Iberoamericana, México, 1996, 249 p.
- Pardinas** Felipe, *Metodología y técnicas de investigación en ciencias sociales*, Siglo XXI, México, 1976, 188 p.
- Porrúa** Pérez Francisco, *Teoría del estado*, 29ª ed. Porrúa, México, 1997, 531 p.
- Pratt** Fairchild Henry, *Diccionario de Sociología*, 2ª ed, México, 1999.
- Rivers** William L., *La ética en los medios de comunicación*, 3ª edición, Gernika, México, 1998, 436 p.
- Rivers** William L. y Schram Wilbur, *Responsabilidad y comunicación de masas*, Toquel, 1973, 354 p.
- Roda** Fernández Rafael, *Teorías de la comunicación de masas*, Siglo XXI, Madrid, 1989, 407 p.
- Roda** Salinas F. J., *Información y comunicación. Los medios y su aplicación didáctica*, Gustavo Gili, México, 1992, 143 p.
- Rosental** M.M. *Diccionario filosófico*, Ediciones Pueblos Unidos, Perú, 1980, 637 p.
- Schoeck** Helmut, *Diccionario de Sociología*, 3ª ed. Barcelona, 1981, 760 p.
- Schrank** Jeffrey, *Comprendiendo los medios masivos de comunicación*, 3ª. Edición. Publigráficos, México, 1989, 313 p.
- Terence** Gordon W. Y Williamarth Susan, *McLuhan para Principiantes*, Era Naciente, Buenos Aires, 1999, 160 p.
- Timasheff** Nicholas S., *La teoría Sociológica*, FCE, México, 1994, 397 p.

**Torres** Lizandra, *Introducción a las ciencias sociales*, International Thompson, México 2000, 432 p.

**Villarreal** Velázquez Martha Eva, *Programación sin fronteras: La globalización de los programas de televisión en México*, FCPyS, UNAM, enero 2000, 132 p.

**Wright** Charles R, *Comunicación de masas. Una perspectiva sociológica*, Paidós, México, 1986, 155 p.

Informe de Actividades 2004-2006 del Consejo de la Comunicación A.C. Voz de las Empresas, México, 2006.

Folleto de la Asociación a Favor de lo Mejor A.C., México

Ley Federal de Radio y Televisión

Reglamento General de la Ley Federal de Radio y Televisión

### PÁGINAS WEB CONSULTADAS

<http://www.afavordelomejor.com.mx>, 30 de agosto de 2005.

<http://www.iccm.com.mx/0antecedX.asp>, 30 de agosto de 2005.

<http://www.iccm.com.mx/9consejoX.asp>, 22 de abril de 2005.

<http://www.iccm.com.mx/4variablesX.asp>, 30 de agosto de 2005.

<http://www.iccm.com.mx/2calidadXasp>, 30 de agosto de 2005.

<http://www.iccm.com.mx/reportes/junio05.html>, 30 de agosto de 2005.

[http://www.iccm.com.mx/2\\_percepX.asp](http://www.iccm.com.mx/2_percepX.asp), 30 de agosto de 2005.

[http://.comminit.com/1a/tendencias/tendencias2004/tendencias\\_78.html](http://.comminit.com/1a/tendencias/tendencias2004/tendencias_78.html), 30 de agosto de 2005.

<http://www.diputados.gob-mx/LeyesBiblio/index.htm>, 23 de octubre de 2006.

<http://www.diputados.gob-mx/LeyesBiblio/regla.htm>, 23 de octubre de 2006.

[http://www.cirt.com.mx/objetivos\\_integrantes.html](http://www.cirt.com.mx/objetivos_integrantes.html), 6 de septiembre de 2005.

- <http://www.cirt.com.mx/bienvenida.html>, octubre de 2006.
- <http://www.cirt.com.mx/historiadelatv.html>, octubre de 2006.
- [http://portal.sct.gob.mx/SctPortal/appmanager/Portal/Sct?\\_onfplo=true&paget\\_ab el=P28002](http://portal.sct.gob.mx/SctPortal/appmanager/Portal/Sct?_onfplo=true&paget_ab el=P28002), octubre de 2006
- <http://www.cc.org.mx>, abril de 2005.
- <http://www.proyectointernet.org/observatorio/2004>, 30 de agosto de 2005.
- <http://www.proyectointernet.org/observatorio/2004/018/favor.htm>, 30 de agosto de 2005.
- <http://www.proyectointernet.org/observatorio/2004/019/ciberespacio.htm>, 30 de agosto de 2005.
- <http://www.elobservadorenlinea.com>, 30 de agosto de 2005.
- <http://www.periodicozocalo.com.mx/cabeza/anteriores/2002/marzo/paginas/medios2.htm>, 30 de agosto de 2005
- <http://www.periodicozocalo.com.mx/cabeza/anteriores/2002/marzo/paginas/medios.htm>, 30 de agosto de 2005
- <http://www.proyectointernet.org/observatorio/2004>, 10 de mayo de 2004.
- <http://www.etcetera.com.mx>, 29 de enero de 2007.
- <http://www.etcetera.com.mx/pagyuste1ne44.asp>, 30 de agosto de 2005.
- <http://www.etcetera.com.mx/pag11ne44.asp>, 30 de agosto de 2005.
- <http://www.cddhcu.gob.mx>, 29 de enero de 2007.
- [http://www.yoinfluyo.com.mx/artman/publish/article\\_3289.php#1](http://www.yoinfluyo.com.mx/artman/publish/article_3289.php#1), 30 de agosto de 2005.
- <http://www.esmas.com/canal2/notas/37823.html>, 29 de enero de 2007.
- <http://www.esmas.com/canal5/402414.html>, 29 de enero de 2007.
- [http://www.esmas.com/canal5/sabrina\\_la\\_bruja\\_adolescente](http://www.esmas.com/canal5/sabrina_la_bruja_adolescente), 29 de enero de 2007.
- <http://www.esmas.com/noticierostelevisa/mexico/318196.html>, 30 de agosto de 2005.
- <http://www.esmas.com/espectaculos/farandula/413084.html>, 30 de agosto de 2005.

<http://www.jornada.unam.mx72006/07/17/030o1eco.php>, 30 de octubre de 2006.

<http://www.elvigia.net/noticias/?seccion=espectaculos&id=5904&como=>, 22 de abril de 2005.

<http://www.tvazteca.com>, 29 de enero de 2007.

<http://www.mexicocomunica.org.mx/menu/reality/>, 30 de agosto de 2005

<http://www.proyectointernet.org>, 29 de enero de 2007.

<http://www.razónypalabra.org/anteriores/>, 30 de agosto de 2005.

<http://www.razónypalabra.org/anteriores/n17/17cflores.html>, 30 de agosto de 2005.

[http://es.wikipedia.org/wiki/El\\_chavo\\_del\\_ocho](http://es.wikipedia.org/wiki/El_chavo_del_ocho), 29 de enero de 2007.

[http://es.wikipedia.org/TV\\_Azteca](http://es.wikipedia.org/TV_Azteca), 29 de enero de 2007.

<http://oncetv-ipn.net/rincon/>, 29 de enero de 2007.

<http://oncetv-ipn.net/mexicodesconocido/>, 29 de enero de 2007.

<http://oncetv-ipn.net/leyenda/>, 29 de enero de 2007.

<http://oncetv-ipn.net/divan/ind>, 29 de enero de 2007.

[http://oncetv-ipn.net/acerca\\_de\\_canal\\_once/boletin\\_021.html](http://oncetv-ipn.net/acerca_de_canal_once/boletin_021.html), 29 de enero de 2007.

[http://html.rincondelvago.com/medios-de-comunicación\\_7.html](http://html.rincondelvago.com/medios-de-comunicación_7.html), 30 de agosto de 2005.

## HEMEROGRAFÍA

Ealy Ortiz Juan Francisco, Espectáculos, *El Universal*, México D.F., de mayo de 2004 a mayo de 2005.

Lira Saade Carmen, Espectáculos, *La Jornada*, México D.F., de mayo de 2004 a mayo de 2005.