

noviembre de 1968. (68) La otra se refería al pago de derechos sobre el uso de las ondas electromagnéticas, que deberían cubrir los concesionarios. Actitudes ambas que motivaron un enfrentamiento entre los empresarios y el gobierno. Y aunque una vez más las declaraciones se quedaron en palabras, y la disputa sobre el pago de derechos se resolvió mediante la cesión por parte de los concesionarios del 12.5% de tiempo de transmisión para ser utilizado por el gobierno, la práctica demostró que este acuerdo resultó altamente beneficioso para los empresarios. Sin embargo esta actitud gubernamental, que se profundizaría en el sexenio echeverrista, impactaría el desarrollo de la televisión en provincia, como lo veremos más adelante.

Hacia 1969 el canal 6 había abandonado su programación matutina. Había adquirido también una máquina reproductora de Video Tape Ampex VR-1200 B. (69) que lo había colocado, nuevamente, a la cabeza de las televisoras de provincia, siendo la calidad de sus transmisiones superior a las del mismo Televiscentro.

El canal local perteneciente a TIM saldría al aire unos años después. Efectivamente, sin haber cubierto la totalidad de los trámites requeridos para el otorgamiento de la concesión (70) XHGA, Canal 9 de Guadalajara, inicia sus transmisiones de prueba a principios de 1971, mediante su enlazamiento al canal 8 capitalino, principalmente en la retransmisión de espectáculos deportivos, como la despedida del "Rey Pelé" de la selección brasileña. Finalmente, el 30 de julio regulariza sus transmisiones, cuyo contenido lo iniciaba con un programa de producción local: "Club Infantil" con Margarita Cerdeña, y retransmitiendo de las 18:00 a las 23:15 Hrs. la programación del canal 8 de la ciudad de México.

2.2.1. ALGUNAS CARACTERISTICAS DEL FENOMENO TELEVISIVO EN GUADALAJARA.

Al iniciar la década de los setenta, la televisión en Guadalajara presentaba las siguientes características. En cuanto a su penetración y cobertura, en solamente diez años, se manifestaba un notable incremento en el número de viviendas ubicadas en el Area metropolitana, que contaban al menos con un aparato receptor. Pasaron del 8.5% en 1960 al 56.7% en 1970, del total de viviendas

del Area en cuestión. Asimismo se había incrementado el número de habitantes de dichas viviendas, posibles telespectadores, al pasar del 9.3% en 1960 al 59.3% en 1970 (Ver Cuadros 2 y 3). El índice de su crecimiento había sido mayor al del promedio nacional, que había pasado durante esos años del 6.2% al 31.2%.

CUADRO 2 NUMERO DE VIVIENDAS, OCUPANTES TOTALES Y CON TELEVISION. 1960.

	VIVIENDA			OCUPANTES		
	TOTAL 100%	C/TV	%	TOTAL 100%	C/TV	%
Nacional	6 409 096	399 294	6.2	34 923 129	2 331 703	6.7
Jalisco	433 157	13 390	3.0	2 443 261	85 426	3.5
Area Metropolitana +	143 872	12 216	8.5	841 155	78 159	9.3

FUENTE: VIII Censo General de Población.

+ incluye los municipios de Guadalajara, Tlaquepaque y Zapopan.

CUADRO 3 NUMERO DE VIVIENDAS, OCUPANTES TOTALES Y CON TELEVISION. 1970

	VIVIENDA			OCUPANTES		
	TOTAL 100%	C/TV	%	TOTAL 100%	C/TV	%
Nacional	8 286 369	2 589 051	31.2	48 225 238	15 725 995	32.6
Jalisco	536 134	171 648	32.0	3 296 586	1 157 782	35.1
Area Metropolitana	217 478	123 302	56.7	1 455 824	863 463	59.3

FUENTE: IX Censo General de Población

+ incluye los municipios de Guadalajara, Tlaquepaque y Zapopan.

No obstante, en relación con el crecimiento a nivel nacional, la participación de Jalisco y su Area metropolitana en el teleauditorio global, experimentó incrementos bastante modestos (Ver Cuadro 4). Aunque sí resulta significativo el hecho de que, mientras el área metropolitana de Guadalajara manifestaba un raquítico crecimiento, pasando del 3.0% al 4.8% durante la década en cuestión en

lo que se refiere a viviendas con aparato receptor, el estado en su conjunto duplicaba su participación al arrojar un 6.6% en 1970, contra el 3.3% de 1960, en lo que se refiere también a viviendas con aparato receptor. Y en cuanto a telespectadores, Jalisco significaba en 1970 el 7.4% del teleauditorio nacional.

Estas cifras verificaban, pues, el reflejo jalisciense de la expansión del fenómeno televisivo que tuvo lugar en los sesenta. Indicaba asimismo que, a lo largo de una década, habitantes de poblaciones aledañas a la capital del estado se habían incorporado al teleauditorio nacional. Si bien la cobertura representaba solamente un radio aproximado de 100 Kms. alrededor de Guadalajara (Ver Figura 1), los telespectadores del interior del estado representaban en 1970 el 25.5% del teleauditorio estatal, participación tres veces superior al 8.6% de 1960. Sin embargo, el grueso del teleauditorio se concentraba en el área metropolitana. (Ver Cuadro 5)

CUADRO 4 VIVIENDAS Y OCUPANTES, (CON TELEVISION EN) JALISCO Y EL AREA METROPOLITANA DE GUADALAJARA EN RELACION AL TOTAL NACIONAL, 1960-1970

	1960				1970			
	NACIONAL	JAL.	%	AREA METROPOLITANA	NACIONAL	JAL.	%	AREA METROPOLITANA
Vivienda	599 294	13 390	3.3	12 216	2 589 051	171 648	6.6	123 302
Ocupantes	2 351 703	85 426	3.7	78 159	15 725 995	1 157 782	7.4	863 463

FUENTE: VIII y IX Censos Generales de Población.

+ incluye los municipios de Guadalajara, Tlaquepaque y Zapopan.

CUADRO 5 VIVIENDAS Y OCUPANTES, CON TELEVISION EN JALISCO Y EL AREA METROPOLITANA DE GUADALAJARA 1960-1970

	VIVIENDA			OCUPANTES		
	JAL.	AREA METROPOLITANA +	%	JAL.	AREA METROPOLITANA +	%
1960	13 390	12 216	91.2	85 426	78 159	91.4
1970	171 648	123 302	71.8	1 157 782	863 463	74.5

Fuente: VIII y IX Censos Generales de Población.

+ incluye los municipios de Guadalajara, Tlaquepaque y Zapopan.

NAYARIT



ZACATECAS

Juchipila

Capilla de Guadalupe

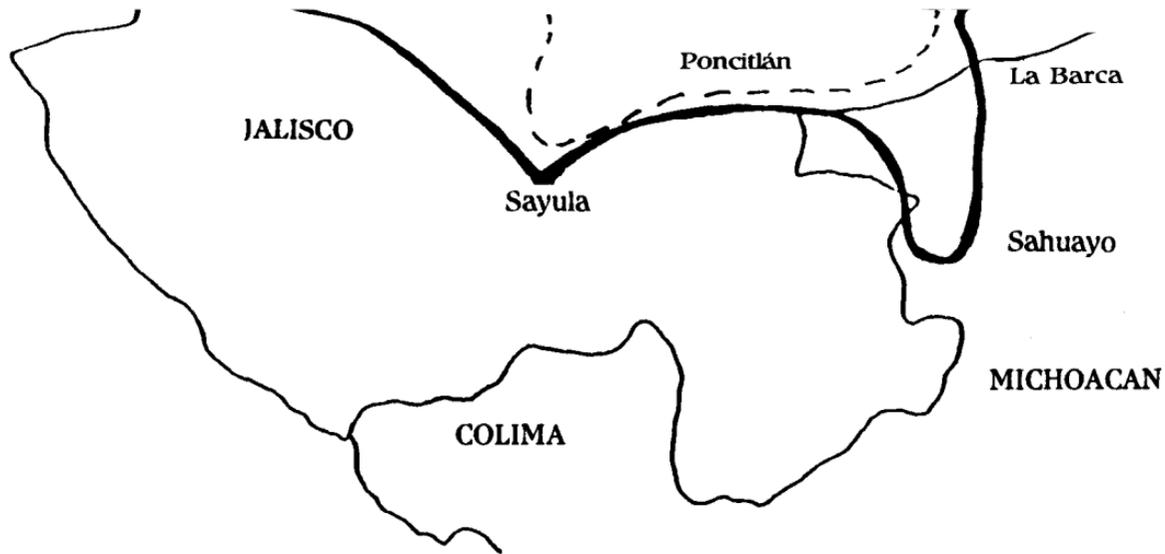


FIGURA.— I AREA DE DIFUSION DE LOS CANALES 4 y 6 (1968)

..... CANAL 4
————— CANAL 6

Ahora bien, la percepción que tenía este auditorio sobre el fenómeno televisivo, de acuerdo a los resultados de la Encuesta Nacional sobre Radio y Televisión, realizada por la Facultad de Comercio y Administración de la UNAM en 1971, se caracterizaba por una actitud positiva del teleauditorio en general.

Se aplicaron 3,377 entrevistas a telespectadores de los diversos estratos sociales, quienes al ser interrogados sobre la calidad de la programación televisiva, la consideraron de la siguiente manera:

Magníficos programas en todos los casos	6%
Magníficos en algunos casos	27%
Buenos programas en general	32%
Malos en algunos casos	24%
Malos generalmente	7%
Únicamente malos	4%

Se aprecia entonces que un 65% del teleauditorio se encontraba satisfecho con la programación. Estas mismas personas, al pedirles que indicaran cuál era la principal actividad que desarrollaba la televisión, señalaron las siguientes:

Entretenimiento	34%
Comercial	27%
Informativo	19%
Cultural	9%
Educativa	5%
Social	5%
Cívica	1%

Resulta clara una percepción mayoritaria sobre el carácter mercantil de la televisión, así como de su programación enfocada preferentemente al entretenimiento. Tendencia que se aprecia con mayor claridad cuando se les pidió que señalaran el tipo de programas que les gustaban más.

Películas	15%
Deportivos	14%
Musicales	13%
Novelas	12%
Noticieros	11%
Culturales	9%
Series	8%
Concursos	4%
Documentales	4%
Reportajes	4%
Educativos	3%
Infantiles	3%

Es decir, que el 69% seleccionaba como sus programas favoritos los que se relacionan con algún tipo de entretenimiento. El 19% elegía a los de contenido informativo y solamente el 12% optaba por aquellos de contenido cultural educativo. Consecuente con estas predilecciones, el contenido programático de los canales locales, del martes 27 de octubre de 1970, arrojaba un 90.2% de programas de entretenimiento, un 7.0% de programas informativos y un 2.8% de educativos. Fiel a su propósito particular de atraer la mayor audiencia posible, la televisión había encontrado en el entretenimiento el recurso idóneo para esta penetración.

De frente al bombardeo publicitario, del que eran objeto por este medio electrónico, el 86% de los telespectadores entrevistados consideraron que la publicidad tenía una influencia importante sobre el público. Y mientras que el 24% pensaba que el tiempo destinado para la publicidad debía ser mantenido, el 68% pedía la disminución de este tiempo y el 8% se pronunciaba por la eliminación de mensajes publicitarios en la televisión.

Más ilustrativa resulta, sin embargo, la importancia que asignaban al medio televisivo los entrevistados, en comparación con otros medios de difusión masiva. Así, por ejemplo, el 24% consideraba

que la televisión tenía una gran influencia en la vida y las costumbres del mexicano, solamente superada por el cine (28%). Y a pesar de no ser considerada como un medio específicamente informativo, el 44% afirmaba que la televisión ofrecía las mejores noticias, superando al medio informativo por excelencia, la prensa, que sólo alcanzaba un 32%. Asimismo, mientras que los entrevistados otorgaban en un 52% una mayor confiabilidad al medio televisivo, la prensa solamente obtenía el 25%. Por otro lado, frente a las críticas que se les hacían a diversos medios masivos, de difundir actividades negativas, como la violencia, el vicio, la pornografía, etc., solamente el 14% de los entrevistados consideraron culpable a la televisión por debajo de las revistas (39%), y del cine (25%). Era evidente, entonces, que a una década de su nacimiento, la televisión para los tapatíos se había incorporado en forma definitiva, y de acuerdo a los resultados expuestos, en forma positiva, a su vida cotidiana.

Por eso no es de extrañar que el 42% de los entrevistados señalara a la televisión como el medio que mayor merecimiento tenía para ser impulsado.

2.2.2. LOS PROLEGOMENOS DE LA TELEVISION ESTATAL

Sin embargo, la década de los setenta anunciaba, en sus albores, nuevas transformaciones del fenómeno televisivo, que necesariamente tendría sus repercusiones en el ámbito local.

El 1º de diciembre de 1970, Luis Echeverría Álvarez, Secretario de Gobernación del gobierno anterior, que se había distinguido por sus impugnaciones al uso que de los medios electrónicos de masas hacían sus concesionarios, asumía la presidencia de la República. Al día siguiente, en una de sus primeras decisiones como Jefe del Ejecutivo Federal, creaba la Subsecretaría de Radiodifusión, destinada a supervisar diversos aspectos relacionados con las concesiones de los medios masivos.

Era obvio que la indiferencia oficial, a la sombra de la cual se había desarrollado la industria de la televisión, había terminado. El inte-