

La agenda televisiva infantil en Guadalajara*

Armando Martín Ibarra López**

As the offering of visual spaces on television increases, the local studies on agenda become extremely necessary. Following the same field of research that has been consolidating in Mexico, this paper's author presents an analysis about television scheduling for children in the main TV networks, both private and public, within Guadalajara's metropolitan area. In a city where almost one third of the population are youngster, the comedy series and cartoons keep being the king of programs that get the mayor broadcasting time on child TV agenda.

En la medida que se incrementa la oferta del espacio audiovisual en la televisión, los estudios locales de "agenda" se hacen imprescindibles. Continuando con una línea de investigación que se ha venido consolidando en el país, el autor presenta un análisis de la programación con orientación infantil transmitida por los principales canales de señal abierta y por cable, de la Zona Metropolitana de Guadalajara. En una ciudad donde casi una tercera parte de la población son niños, siguen siendo las series y las caricaturas, los géneros que ocupan mayor espacio de transmisión en la agenda televisiva infantil.

- * Agradezco la colaboración de la licenciada Bertha Alicia Valle Barba en el procesamiento y análisis de la información vertida en este documento.
- ** Universidad de Guadalajara, Departamento de Estudios de la Comunicación Social (DECS/CUCSH).

Introducción

Los estudios de agenda televisiva se caracterizan por referirse al análisis de la oferta de canales, programación, horarios y tiempos dedicados en el espacio audiovisual de una localidad o radio de acción.

Así, el analizar la agenda de la programación infantil representó un desafío en varios sentidos: en la incorporación de una metodología más amplia de estudios regionales sobre medios, y en este caso sobre televisión, en la selección de las categorías a emplear y su interpretación, en la muestra sobre la que se trabajó, y en la complejidad al intentar explicar la agenda televisiva que se transmite en la Zona Metropolitana de Guadalajara como una realidad local.

Con el propósito de soslayar algunas de estas dificultades, se recurrió a uno de los primeros trabajos de este tipo realizado en Guadalajara por Enrique Sánchez en 1982 y a un texto de publicación reciente que fue coordinado por Delia Covi (1995) y en el que participó un grupo de investigadores canadienses y mexicanos con la finalidad de integrar un texto que de alguna manera diera testimonios fehacientes de los avances teórico-metodológicos del estudio de la agenda u oferta de la programación televisiva en estos dos países.

Uno de los resultados del texto mencionado es el acuerdo sobre ciertas reglas a considerar en la elaboración de este tipo de estudios, como el definir dos ejes fundamentales para el análisis: las categorías, ya utilizadas en anteriores ocasiones, y el origen de la programación, conectado a la llamada globalización que reabre y genera problemáticas y nuevas vetas para la investigación de agenda televisiva de la región.

Lo anterior quedó manifestado con el uso de la telecomunicación vía satélite y el crecimiento de sus radios de influencia, lo que ha provocado una apertura en el tamaño de las regiones y en el desarrollo de las unidades socioeconómicas de la localidad. Pareciera que, como lo plantea Ramírez (1991), en el caso de las agendas televisivas lo regional está inde-

pendizándose de lo nacional para ligarse directamente con lo internacional.

El entorno metodológico

El estudio sobre la agenda televisiva infantil en Guadalajara se realizó durante el periodo febrero-junio de 1997, analizado la programación televisiva que se oferta en la Zona Metropolitana de Guadalajara.¹ Como es conocido, la programación se organiza por semanas, de modo que analizar periodos semanales constituye muestras bastante significativas, sobre todo si se considera que se espera que un programa televisivo permanezcan alrededor de seis meses en pantalla.

La muestra de la programación contenida en este estudio corresponde a las semanas: del 17 al 23 de mayo y del 1 al 7 de junio, tomando como fuentes la revista *Tele Guía*, las revistas de los sistemas de señal restringida Megacable-Telecable de Zapopan y Multivisión, y la cartelera televisiva difundida en la prensa local.

En cuanto al universo de análisis de la oferta de programación televisiva, determiné trabajar sólo con canales de televisión abierta y con un segmento de la televisión por cable, sobre todo con aquellos sistemas de señal restringida que por sus características técnicas y económicas se encuentran al alcance de un grupo socio-económico más amplio de clase media y popular (Megacable-Telecable de Zapopan y Multivisión), y considerando tan sólo aquellos canales que ofrecen, en su mayoría, programación infantil. La programación de Direct TV y Sky resulta aún más restringida para la mayoría de la población por su alto costo, por lo que no se considera en el análisis.

1. Cuando mencionamos Zona Metropolitana de Guadalajara nos referimos al área geográfica de la mancha urbana de la ciudad de Guadalajara, que se ha conurbado sobre todo con tres localidades circunvecinas: Zapopan, Tlaquepaque y Tonalá.

De esa manera, nos enfocaremos más a la televisión abierta debido a que ésta se recibe libremente, sin pago de suscripciones o cuotas, aunque son pocos sus canales. Por el contrario, la televisión restringida tiene un gran número de canales, pero la recepción llega a una audiencia pequeña, fragmentada y difusa.

El punto de partida de este tipo de estudios se refiere al principio de clasificación de géneros televisivos, que permite clasificar los programas por características comunes, ya sea por sus temáticas, orientación y formato utilizado, o por las formas en que fueron producidos.

Así, las clasificaciones son producto de distintos intereses, desde los mercadotécnicos o comerciales, hasta los técnicos y científicos. Además que la programación constantemente evoluciona y con ello cambian los tipos de géneros.

Hasta este momento, no me he percatado de trabajos de análisis de agenda que ofrezcan clasificaciones de programas infantiles, tan sólo hacen referencia a éstos como un género.

En este primer trabajo, parto de algunas intuiciones e hipótesis generadas por el trabajo de Sánchez (1982, 1985) acerca de la agenda televisiva en Guadalajara, en lo que respecta a los programas que los productores elaboran para públicos infantiles. Aunque sabemos que los niños no sólo ven aquellos programas con dedicatoria exclusiva, sino que observan un espectro de programación bastante amplio y clasificado para otro tipo de público.

Las categorías o géneros² designan programas con formatos conocidos que se identifican por su contenido o por su estructura. Para su determinación fue necesario hacer uso del conocimiento empírico que han generado las investigaciones de este campo (véase Covi *et al.* 1995). Así, la categorización que ahora formulo, considera la planteada en el texto de Covi

2. Los que conocen los estudios de programación saben que las categorías utilizadas varían. La definición de géneros comporta una parte de aleatoriedad, y su clasificación implica decisiones que no pueden ser totalmente objetivadas.

y otros (*Ibid.*), y se ubica como subíndice dentro de los géneros de ficción, variedades y educativos (planteados en dicho texto).

En términos generales, dentro de los programas de ficción distingo las caricaturas, las series y telenovelas, y las películas; todas ellas con temáticas infantiles o clasificadas por los productores o empresas comercializadoras como para niños. Del género de variedades, desincorporo aquellos programas de juegos y concursos y los programas cómicos o de humor. Y por último, considero el género educativo planteado por los mismos autores (Crovi *et al.* 1995), como un género que los productores empiezan a proponer al público infantil (véase la programación de los canales Discovery Kids y Nickelodeon).

Las películas, aunque son productos de la industria cinematográfica y han sido clasificadas desde distintas formas (trama, país de origen, año de producción, etcétera), en la televisión tan sólo se han incluido y clasificado como un género más de su programación (véase Sánchez 1982).

La categorización de los programas que formulo, creo, puede ser un punto de partida que se podrá ir mejorando en el camino hacia este tipo de investigaciones.

Estas categorías o géneros fueron seis:

1. Caricaturas o dibujos animados. Usualmente este género se considera una subcategoría de ficción (Cfr. Crovi 1995), ya que la mayoría de emisiones cuentan historias inventadas valiéndose de la acción y los diálogos; dichas historias fueron adaptadas o creadas a partir de otras obras, o de la fantasía de sus autores. Sus protagonistas son dibujos animados.

2. Series y telenovelas infantiles. Dentro del género de ficción, son aquellos programas dramatizados y seriados que cuentan historias consecutivas de hechos verídicos o que pretenden parecerlo. En los últimos diez años, en México se han producido telenovelas clasificadas como "A" para toda la familia, donde participan actores niños o que sus temáticas son tratadas en ambientes infantiles. Las series, por su parte, al igual que las telenovelas utilizan la misma orientación, pero con formatos técnicamente más elaborados y en su mayoría pro-

ducidos en países del primer mundo (Estados Unidos y Japón). Sus protagonistas generalmente son actores altamente cotizados en el mercado artístico.

3. Juegos y concursos. Forman parte del género denominado variedades. Aunque están de moda este tipo de programas para jóvenes y adultos, fue con los públicos infantiles con quienes iniciaron y tienen, de alguna forma, arraigo en nuestro país. Estos programas hacen participar al público en diversos juegos donde, a través de la superación de pruebas de variada índole, los asistentes obtienen premios o halagos públicos.

4. Cómicos o programas de humor. Estos también se ubican como parte de los programas de variedades y en la actualidad existe un número importante en el aire televisivo. Estos programas se caracterizan por ser de esparcimiento y por el uso que hacen del humor y la comicidad los personajes y actores, ya sea en la producción de diálogos (chistes) *ex profeso*, o por su uso para la conducción de programas musicales o de variedades en general. A muchos niños les gustan, aunque existen pocos programas producidos especialmente para este tipo de público.

5. Películas. Me refiero a aquéllas que son clasificadas por los programadores como "A" para todo público. Pueden ser de dibujos animados, aventuras o ciencia ficción.

6. Educativos. Son aquellos programas que, en el sentido estricto del concepto, utilizan la pedagogía audiovisual para el diseño de su contenido y estructura. También pueden entrar en esta clasificación aquellos programas que presentan información científica, cultural o doctrinaria³ sobre ciertos conocimientos o creencias, y que los públicos los consideran como enseñanzas. El ejemplo clásico de este tipo de programas lo constituyen los programas que transmiten los canales EDUSAT (nacional) y Discovery Kids (norteamericano).

3. En la señal restringida existen dos canales que ejemplifican esta situación: Discovery Channel y Clara Visión. El primero presenta documentales sobre temas de la naturaleza, historia, ciencia y tecnología; y el segundo tiene como objetivo evangelizar, es decir, educar en la doctrina cristiana.

Sabemos que existen programas de interés general que los niños también consumen, pero por su tiempo de dedicación no se clasificarán en este momento; programas tales como los deportivos e informativos, que sólo en ciertas ocasiones son vistos por ellos.

Por otro lado, uno de los ejes fundamentales del análisis lo ocupó el origen de la programación y sus tiempos de transmisión, integrando nuevos elementos analíticos a la agenda infantil que oferta el sistema televisivo en la Zona Metropolitana de Guadalajara.

En cuanto a las fuentes informativas consultadas, recurrí a periódicos, revistas especializadas en información sobre programación televisiva de circulación local, así como a la revisión y observación personal de la programación de la televisión durante el periodo febrero-junio de 1997.

Programación televisiva, globalización y localidad

Con el uso de los satélites, como tecnología de desarrollo de la telecomunicación y como sistema que busca hacer eficientes los flujos de información mundial, se puede visualizar el análisis de localidades alrededor del papel que juega el lugar. Según Taylor (1994), en este planteamiento los procesos globales provocan cambios en las áreas locales por medio de procesos de reestructuración; aunque hace énfasis “en que cada lugar es distinto, por lo que la globalización en lugar de eliminar la diversidad, la redondea” (*Ibid.*: 281).

El estudiar la programación televisiva infantil es apenas una dimensión de la compleja y enorme problemática que se articula alrededor de la programación en general y de la televisión como institución social. El incorporar al espacio (o lugar) local el tiempo, como eje del análisis de la programación, forma parte de la construcción que se hace alrededor de explicaciones de la región.

La programación televisiva es considerada importante, entre otras cosas, por el papel que juega en la conformación de la estructura de significación⁴ (véase Giddens 1984), como parte esencial de las culturas regionales. Los nudos y los procesos comunicacionales en las comunidades, son considerados por Giddens (*Ibid.*) como elementos que la agencia humana utiliza para desempeñar su papel activo en la estructuración de la sociedad.

De tal manera que los programas de televisión, en esta concepción, serían considerados como insumos de procesos de comunicación o como nudos que integran y plantean resultados, imágenes o símbolos de una información condensada, producto de una infinidad de intereses de todo tipo, de grupos y compañías productoras y comercializadoras de la programación audiovisual.

Los intercambios de programación televisiva entre países, para su consumo local, forman parte de un proceso mucho más amplio que intenta consolidar acciones de carácter comercial, económico y, en un sentido mucho más amplio y complejo, cultural y político.

Los flujos de información, a partir de 1960, surgen como un factor determinante en la evolución industrial a escala nacional e internacional, ya que facilitan la integración de bloques industriales y comerciales que se disputan el mercado mundial (Dávila 1995).

Este proceso de globalización (mejor dicho, norteamericanización) de la programación televisiva, en nuestro país

4. Significación se define en general como el sentido de una palabra, frase o discurso escrito, hablado o sonorizado. Como proceso, en la comunicación, implica un destinatario humano y una interpretación del mensaje desde un código (de la Mota 1992). La semiótica clasifica el significado en connotativo y denotativo. El connotativo se refiere al conjunto de todas las evocaciones, de cualquier tipo, que desencadena un signo determinado en el receptor, de acuerdo con el horizonte cultural, el imaginario social y las circunstancias personales que posea. El denotativo, llamado también referencial, establece la correspondencia entre el signo lingüístico y el objeto real que designa *denotación* (Eco 1989).

tiene sus antecedentes explicativos, como lo sostiene Sánchez (1993), en versiones externas: por un lado, la de la “dependencia cultural” y por el otro, la del “imperialismo revertido”; ambas interpretaciones utilizan nociones simples y mecanicistas que no corresponden a la compleja trama que se entreteje alrededor de las industrias culturales del sistema televisivo.

Sin tratar de dar una explicación integrativa, habría que tener cuidado de no caer en polarizaciones. La importación y la exportación de programación televisiva en México se enmarcan, en la lógica de procesos mercadológicos de la economía mundial y en el afán de los empresarios mexicanos por acrecentar su influencia económica hacia afuera.

Ultimamente se ha venido consolidando una versión que integra ese interés por el control de la producción y comercialización de los programas de parte de las industrias transnacionales y de los capitales mexicanos, misma que Sánchez (1995), considerando a Straubhaar y otros, plantea con un par de constataciones que habrán de considerarse.

En primer lugar, que de hecho han existido, y se han ido expandiendo, diversos mercados “regionales” de programas televisivos y otras mercancías culturales, con países que ocupan papeles (sub) hegemónicos, aunque en todos los casos articulados con el mercado global más amplio, dominado por Estados Unidos y unos cuantos países altamente desarrollados. En segundo lugar, que el factor que principalmente explicaría la existencia, continuación y a veces ampliación de estos flujos regionales sería la “afinidad cultural” como en el caso de las exportaciones de telenovelas entre países latinoamericanos (Sánchez 1995).

Por otro lado, de manera simplificada, podemos decir que “dependencia cultural” e “imperialismo revertido” son nociones que deben entenderse en escenarios construidos por redes de relaciones, procesos y nudos con articulaciones múltiples y niveles diversos de la realidad social.

Con respecto al planteamiento de Christaller (1996) acerca de que la región se constituye porque existe un lugar central, la

función de la programación televisiva, como forma de expresión de la cultura de una localidad, se debe expresar, en el caso de Guadalajara, con una fuerte relación dependiente con la programación de la capital y con la del exterior.

Pese a la tendencia hacia la globalización del sistema televisivo en la mayoría de países, y de la proliferación de importaciones de programas a consecuencia del crecimiento de los sistemas de cable y de recepción por antena parabólica, Lozano (1994) ha encontrado que las producciones televisivas locales o nacionales siguen en la preferencia del público.

Una de las explicaciones pudiera ser que mientras los sistemas de televisión de paga tienden a transmitir mayoritariamente programación extranjera, los canales de recepción aérea constituyen la mejor opción para la transmisión de programas locales y nacionales.

En el país, los sistemas de televisión de paga aún son de uso muy restringido para la mayoría de la población debido a sus altos costos en relación con los salarios. Según algunos estudios, los suscriptores de este tipo de televisión no abarcan ni 20% de los tele-hogares (Crovi 1995).

Otra de las razones por las que la programación extranjera no ha podido penetrar más en los gustos de los públicos locales, puede ser porque esa programación no tiene cercanía cultural, ni reconocimiento de códigos (Biltereyst 1991) en la estructura de significación de los usuarios.

He hecho incapié en el origen de la programación en el análisis de agenda televisiva, por el contexto actual que estamos atravesando y por ser un nuevo eje de análisis de este tipo de estudios, pero no pretendo considerarlo como el único factor relevante. El considerar en la investigación de emisión o en la sociología del mensaje (donde bien puede entrar la programación televisiva) a la recepción, ayuda a conformar una visión más amplia del complejo proceso comunicativo, que en este escrito no trataré.

Fenómenos como la imitación y la piratería en géneros y estructuras, y la capacitación técnica en el extranjero (Lozano 1995), entre otros aspectos, propician que, en muchos de los casos, la producción local sea muy similar a la extranjera en forma y fondo; en esos casos poco podemos esperar de los contenidos de los programas locales hechos desde sus propias características culturales.

Guadalajara, una ciudad de niños

La historia de Guadalajara y su región revela cómo esta ciudad cumple con ciertas funciones relacionadas con el desarrollo económico y social del país. La evolución de esta región se traduce en la actualidad en un tipo de relación, en su mayoría de intercambio comercial, entre la capital y su zona de influencia, bastante ambigua y que difícilmente ha redundado en el desarrollo de la economía de la zona occidente.

Por su importancia económica, su conurbación con otras ciudades y, por ende, su densidad demográfica y su cercanía con el centro económico del país, Guadalajara representa un importante caso de estudio para el análisis de la oferta de programación televisiva.

Con 3 279 424 habitantes en su área metropolitana, según conteo de 1995 (INEGI 1996), Guadalajara es la segunda zona urbana más importante de México. Su infraestructura industrial, pero sobre todo comercial, y su creciente poderío como centro financiero la hacen destacar en el plano nacional.

Por sus características demográficas, esta ciudad es particularmente especial para estudiar la niñez y la programación infantil, ya que los niños entre cuatro y doce años representan 29.38%⁵ de la población de Guadalajara; una de cada tres personas se encuentra en la etapa de la niñez.

5. Datos obtenidos en el conteo 1995 de población y vivienda (INEGI 1996).

CUADRO 1
Comparación entre el total de la población de la Zona
Metropolitana de Guadalajara y sus niños (1995)

Ciudades	Población	Niños de 4 a 12 años	Porcentaje de la población
Guadalajara	1 633 216	439 099	26.88
Tlaquepaque	449 238	150 035	33.40
Tonalá	271 857	88 595	32.59
Zapopan	925 113	285 993	30.91
Total	3 279 424	963 722	29.38

Fuente: INEGI 1996.

Si extrapolamos la información de 1995 del número de niños entre dos y tres años, aproximadamente 5% de la población y 3% de niños entre 11 y 12 años que se encuentran en la adolescencia, para 1997 debimos haber tenido un poco más de 32% de la población de la Zona Metropolitana de Guadalajara como público potencial de la programación infantil.

Oferta televisiva en Guadalajara

A casi 40 años del arribo de la televisión a Guadalajara, el consumo habitual de este medio se ha integrado a la vida diaria de los tapatíos. En la actualidad existen ocho canales en la señal abierta y alrededor de 100 canales en la restringida. La recepción de estos últimos canales depende de la compañía promotora y los paquetes comprados por los televidentes.

En la televisión por aire se cuenta con ocho canales, cinco de la compañía Televisa, dos de Televisión (TV) Azteca y uno del gobierno del Estado. Siete de ellos se encuentran en la banda VHF y uno solo por la UHF. Los canales se distribuyen como lo muestra el cuadro siguiente:

CUADRO 2
 Canales de televisión de Guadalajara (señal abierta)

Canal	Empresa	Horas de transmisión	Cobertura
2	Televisa	24.00	Nacional
4	Televisa	20.00	Local
6 ⁶	Televisa	17.00	Local
7	Gobierno del Estado	8.00	Local
9	Televisa	19.00	Nacional (Canal 5)
11	TV Azteca	20.00	Nacional (Canal 7)
13	TV Azteca	20.00	Nacional
21	Televisa	18.00	Nacional (Canal 9)

Fuente: Revista *Tele Guía*, mayo de 1997.

En Guadalajara, Televisa sigue predominando como compañía televisora al contar en la actualidad con el control de cinco canales aéreos,⁷ además de contar con el Canal 2, el de mayor *rating* del país y con 100% de programación nacional. Se incluyen los canales 4 y 5 locales, el 9 "semilocal" y el 21 que retransmite la programación del 9 de la misma compañía del Distrito Federal.

TV Azteca, competencia de Televisa, cuenta en la localidad con dos canales, el 11 y el 13. El 11 es de reciente creación (1995) y tiene poca audiencia ya que transmite, entre otros, un informativo, una revista femenina, televentas (programas producidos en la localidad), y retransmite algunos programas (entre ellos infantiles) del Canal 7 de TV Azteca. El 13, por su parte, es de red nacional.

- En el transcurso del tiempo de la conclusión de la investigación a la publicación de este documento, el Canal 6 cambió a Canal 5, por lo que de aquí en adelante lo referiré como Canal 5.
- El Canal 9 por la mañana emite programación producida en la localidad, pero la mayor parte del tiempo es repetidor del Canal 5 de la ciudad de México. El Canal 6 se encuentra en negociaciones para su incorporación a la compañía televisora Televisa.

El Canal 7 que se transmite en la localidad pertenece al Sistema Jalisciense de Radio y Televisión del Gobierno del estado, opera con muy pocos recursos y su señal apenas abarca una parte del área metropolitana.

Además de esta oferta, como mencionamos anteriormente, se han expandido en la Zona Metropolitana de Guadalajara algunas empresas que desarrollan el Sistema de Televisión por Cable.⁸ Sus antecedentes datan de 1986 con la operación de la Compañía Multivisión en nuestra localidad, y más tarde, en 1993, cuando aparece Visión por Cable de Guadalajara, actualmente Megacable (Cfr. Sánchez 1995).

En estos momentos se cuenta con tres empresas: Megacable, que atiende los municipios de Guadalajara, Tlaquepaque, Tonalá y Tlajomulco de Zúñiga (también ya en conurbación); de la misma filial, Telecable de Zapopan, sirviendo sólo a este municipio; y finalmente Multivisión, que ha venido extendiendo su radio de acción del centro de Guadalajara hacia los municipios de alrededor.

Megacable y Multivisión, como compañías aglutinadoras, ofrecen paquetes especiales de programación televisiva muy restringida por su costo al público: Sky (de Megacable concesionado con Televisa) y Direct TV (de Multivisión). Los dos paquetes incluyen tecnología de recepción y un costo aparte de la inscripción de, cuando menos, un salario mínimo por mes.

Los usuarios de la primera generación de televisión por cable son las clases medias y la segunda generación, la clase alta. Se calcula que en la actualidad quienes utilizan este servicio "lleguen ya entre 10% y 15% de la población asentada en el área metropolitana de Guadalajara" (Sánchez 1995: 197).

8. También existen compañías que siguen dando servicio a un grupo minoritario que tiene antenas parabólicas. Este sistema de televisión por aire quedó en desuso con la penetración de la red televisiva por cable, debido a su costo y a la oferta de canales que se transmiten.

De la enorme oferta de canales que ofrece la televisión por cable sólo seleccionamos trece, siendo aquéllos que dedican 100% o un porcentaje importante de su programación a los niños.

La programación infantil

De los ocho canales que se ofertan en la televisión por aire de Guadalajara, sólo a seis podemos considerarlos como canales que emiten programación infantil. En el Canal 21 es nula la transmisión de este tipo de programas y el 7 pasa menos de 5% de su programación dedicada a los niños (cuadro 3).

CUADRO 3
Canales de televisión con programación infantil
(señal abierta)

Canal	Perfil de la programación
2	Información/telenovelas
4	Variada
5	Series
9	Caricaturas/series/películas
11	Variada
13	Información/variada

Fuente: Revista *Tele Guía*, mayo de 1997.

Por otra parte, del sistema televisivo restringido seleccioné trece canales, nueve norteamericanos (Warner, Cartoon Network, KTLA, MAS, USA, Fox, Fox Kids, Nickelodeon y Discovery Kids), uno español (A3), dos nacionales (Cable Kin y ZAZ) y uno local (Canal 8), por ser representativos en cuanto al país de origen, porque contienen un alto porcentaje de programación infantil y por ser los de mayor *rating*, según el reporte de IBOPE publicado en la revista *ABCEBRA* de abril de 1997 (cuadro 4).

CUADRO 4
Canales de televisión con programación infantil (señal restringida)

Canal	Sistema de cable	Horas de programación	Perfil de la programación
Cartoon Network*	Megacable/Telecable de Zapopan y Multivisión	24.00	Caricaturas
Warner	Megacable/Telecable de Zapopan	24.00	Series/caricaturas/películas
Cable Kin*	Megacable/Telecable de Zapopan	18.00	Programas infantiles
Fox Kids*	Megacable/Telecable de Zapopan	24.00	Caricaturas/programas infantiles
Nickelodeon*	Megacable	24.00	Caricaturas/programas infantiles
Discovery Kids*	Telecable de Zapopan	24.00	Científico infantil
Canal 8	Telecable de Zapopan	15.00	Diversa en español
KTLA	Megacable	24.00	Diversa en inglés
MAS	Multivisión	24.00	Diversa en español
ZAZ	Multivisión	24.00	Programas infantiles/series
USA	Multivisión	24.00	Series y películas
A3	Multivisión	24.00	Diversa en español
Fox	Megacable/Telecable de Zapopan y Multivisión	24.00	Series/caricaturas/películas

* Exclusivos de programación infantil.

Fuente: Revistas de los sistemas de Multivisión y Megacable-Telecable de Zapopan, junio de 1997.

El perfil general de la programación en la señal abierta es muy variado, ya que combina distintos géneros, desde las clásicas caricaturas, por antonomasia programas para niños, pasando por películas, series y programas cómicos, hasta educativos, concursos y telenovelas producidas con actores infantiles y con temáticas dirigidas a los infantes.

Por su parte, en el perfil de la programación de los canales seleccionados de la señal por cable, existe menos variación. En su mayoría, son las caricaturas el género predominante, lo interesante en este sistema televisivo es que existe un canal que maneja caricaturas, series y educativos en ambientes científicas y pedagógicos, dirigidos totalmente a los infantes (Discovery Kids). La transmisión de películas de dibujos animados y de clasificación "A" para todo público, también forman parte del modelo de programación de estos canales.

Programación infantil y espacio televisivo

Durante la semana estudiada, el total de horas transmitidas en señal abierta de los canales que contienen programación infantil, fue de 840 horas (50 400 minutos). A partir de este total, (véase cuadro 5), observamos que, tal como era de esperarse, la empresa que más tiempo pasa en el aire es Televisa, con 66% y el restante 34% lo tiene TV Azteca.

Canal 2 de Televisa tiene el mayor tiempo con 168 horas a la semana, contra el menor, Canal 5 local, con 119 horas semanales. Del total de tiempo de transmisión de todos los canales de señal abierta durante la semana, 20.95% es dedicado a la programación infantil (véase cuadro 5).

De ese 20.95% (176.05), Televisa como cadena televisora en la Zona Metropolitana de Guadalajara, abarca 70.60% del total de la programación infantil, igual que en el anterior rubro, TV Azteca apenas cumple con el restante 29.40%.

CUADRO 5
Comparativo entre el total de horas de programación en general
y horas de programación infantil, por semana
(señal abierta)

Canal	Horas de transmisión total por semana	Horas de transmisión infantil	Porcentaje
2	168.00	5.00	2.97
4	140.00	21.30	15.35
5	119.00	15.00	12.60
9	133.00	83.00	62.40
11	140.00	38.45	27.75
13	140.00	13.30	9.64
Totales	840.00	176.05	20.95

Fuente: Revista *Tele Guía*, mayo de 1997.

El canal que más transmite programación televisiva para niños es el 9 de Televisa, con 62.40% (83 horas) de su programación total de la semana (133). Este canal se ha especializado en este tipo de programas incluyendo los juveniles. Curiosamente, en segundo lugar queda el Canal 11 de TV Azteca, como máxima competencia de Televisa en este tipo de programación, cuenta con 27.75% de su tiempo total de la semana (140 horas). Intermedios entre éstos (Canal 9 y 11) y el canal que menos tiempo le dedica (Televisa, Canal 2 con 2.97% del tiempo semanal) se encuentran los dos canales locales 4 y 5, con 15.35% y 12.60% respectivamente y el Canal 13 con 9.64% de su tiempo de transmisión semanal.

En el análisis de los trece canales de señal restringida, nos encontramos con un total de 2 079 horas (124 740 minutos) de transmisión semanal, con 53.87% dedicado a programas infantiles (véase cuadro 6).

CUADRO 6

Comparación entre el total de horas semanales de programación
y horas de programación infantil
(señal restringida)

Canal	Horas de transmisión total por semana	Horas de transmisión infantil	Porcentaje
Cartoon Network	168.00	168.00	100.00
Warner	168.00	145.00	86.30
Cable Kin	126.00	126.00	100.00
Fox Kids	168.00	168.00	100.00
Nickelodeon	168.00	168.00	100.00
Discovery Kids	168.00	168.00	100.00
KTLA	168.00	23.00	13.69
Canal 8	105.00	15.00	14.28
MAS	168.00	10.00	5.95
ZAZ	168.00	75.00	44.64
USA	168.00	14.00	8.33
A3	168.00	14.00	8.33
Fox	168.00	26.00	15.47
Total	2 079.00	1 120.00	53.87

Fuente: Revistas de los sistemas de Multivisión y Megacable-Telecable de Zapopan, junio de 1997.

En los canales seleccionados de señal restringida, se encuentran cinco canales que dedican 100% de su programación a los niños, cuatro norteamericanos: Fox Kids, Nickelodeon, Cartoon Network y Discovery Kids; y uno nacional: Cable Kin, los cinco con un promedio de 168 horas por semana.

En segundo lugar, se ubica el Warner norteamericano con 145 horas (86.30%), siguiéndole el ZAZ con 75 horas (44.64%).

El resto de los canales transmiten entre 16% y 5% como mínimo. En este lugar se clasifican los canales MAS, KTLA, USA, A3 y Fox. Cabe aclarar que los dos canales mexicanos (Cable Kin y Canal 8) apenas obtienen 12.58% del total de la oferta

televisiva infantil en el grupo de canales de este sistema de televisión.

Por su parte, si comparamos los tiempos dedicados a la programación infantil, tanto de la señal abierta (6 canales), como de la restringida (13 canales), la superioridad de la televisión de paga es de 86.42% con 1 120 horas, contra 176.05 de la televisión por aire (cuadro 7).

CUADRO 7
Comparación de las horas de programación infantil transmitidas por la señal abierta y restringida

	Número de canales	Horas de transmisión	Horas de transmisión infantil	Porcentaje de transmisión infantil
Total abierta	6	840.00	176.05	13.58
Total restringida	13	2 079.00	1 120.00	86.42
Total	19	2 919.00	1 296.05	100.00

Fuente: Revistas de los sistemas de Multivisión y Megacable-Telecable de Zapopan, junio de 1997.

Al hacer comparaciones entre el tiempo transmitido de programas infantiles durante la semana y sábados y domingos, lo hicimos suponiendo que en el fin de semana todos los niños se encuentran en sus casas y potencialmente son receptores cautivos. Pero en ambos casos, en el sistema de señal abierta y en el de restringida, el promedio porcentual del tiempo total de la semana es parecido entre lo transmitido por día durante la semana (14%) y el fin de ésta (15%).

En la señal abierta, el promedio de la transmisión de fin de semana es de 24 horas diarias de oferta de programación infantil, mientras que durante la semana es de 25.45; éstas se disparan por lo que ofrece el Canal 9 que transmite 14 horas diarias de programación entre semana dedicada a los infantes. De tal manera que de las 176.05 horas de programas para niños, cerca de 72.79% pasa de lunes a viernes y 27.21% entre el sábado y el domingo (véase cuadro 8), no comprobándose la suposición

de que en los fines de semana existe mayor oferta de programas infantiles.

Sin embargo, los canales 2 y 13 que durante la semana no transmiten programación para niños, los fines de semana incrementan, considerablemente, su participación en comparación con los demás canales de la señal abierta.

Por su parte, en el sistema de televisión restringida, por ser el de mayor número de canales, es más amplio el abanico de la programación infantil, obteniendo alrededor de 161 horas en promedio de transmisión por día durante la semana y cerca de 153 horas por día entre sábado y domingo. No habiendo mucha diferencia por la homogeneización de los tiempos que transmiten los canales 100% infantiles. Asimismo, no hay que olvidar que este sistema se restringe a un pequeño número de niños de la Zona Metropolitana de Guadalajara. Es decir, mientras que la señal abierta obtiene la atención de aproximadamente 85% de la población infantil, tan sólo tiene 13.58% (176.05 horas) de la oferta de programas para niños; por lo contrario, la señal por cable con 15% de audiencia infantil tiene 86.42% (1 120 horas) de los programas infantiles (véase cuadro 8).

Géneros televisivos infantiles

El cuadro 9 muestra que, en la televisión abierta, los géneros más socorridos, en cuanto a horas de transmisión, son las caricaturas o dibujos animados, con 67.03% del total de programas, que representa 118.15 horas a la semana, en segundo lugar se encuentran las telenovelas y series infantiles con 14.20% equivalente a 25 horas de transmisión a la semana; por mitad de tiempo, con 7.95% se encuentran los juegos y concursos, con 14 horas semanales de programas; los demás géneros se ubican entre 2.84% y 3.99% del tiempo de la semana, en este paquete se encuentra el género de cómicos y programas de humor, películas infantiles o de clasificación "A" para toda la familia y, con el menor porcentaje, los programas educativos para niños o clasificados como pedagógicos.

CUADRO 8
Proporción porcentual por día de programación infantil. Comparativo entre semana y fin de semana
(señal abierta y restringida)

Tipo de señal	Canal	Horas de programación infantil	Horas de lunes a viernes	Promedio de horas diarias	Horas de sábado y domingo	Promedio de horas diarias
Abierta	2	5.00	0.00	0.00	5.00	2.30
	4	21.30	15.00	3.00	6.30	3.15
	5	15.00	10.00	2.00	5.00	2.30
	9	83.00	70.00	14.00	13.00	6.30
	11	38.45	33.45	6.45	5.00	2.30
	13	13.30	0.00	0.00	13.30	6.45
Total		176.45	128.05	25.45	48.00	24.00
Restringida	Cartoon Network	168.00	120.00	24.00	48.00	24.00
	Warner	145.00	109.00	21.50	36.00	18.00
	Cable Kin	126.00	90.00	18.00	36.00	18.00
	Fox Kids	168.00	120.00	24.00	48.00	24.00
	Nickelodeon	168.00	120.00	24.00	48.00	24.00
	Discovery Kids	168.00	120.00	24.00	48.00	24.00
	KTLA	23.00	15.00	3.00	8.00	4.00
	Canal 8	15.00	9.00	1.48	6.00	3.00
	MAS	10.00	8.30	1.47	1.30	0.45
	ZAZ	75.00	57.30	11.30	17.30	8.45
	USA	14.00	10.00	2.00	4.00	2.00
	A3	14.00	10.00	2.00	4.00	2.00
	Fox	26.00	22.30	4.00	3.30	1.45
Total		1 120.00	810.90	161.05	307.90	153.35

Fuentes: Revista *Tele Guía*, mayo de 1997, y revistas de los sistemas Multivisión y Megacable-Telecable de Zapopan, junio de 1997.

CUADRO 9
Distribución de la programación por canales
y tiempos dedicados a géneros infantiles
(señal abierta)

CANAL	GÉNEROS					
	Caricaturas o dibujos animados	Telenovelas y series infantiles	Cómicos o programas de humor	Películas infantiles	Educación y pedagogía	Juegos y concursos
2	0.00	0.00	0.00	2.00	0.00	3.00
4	13.30	0.00	3.30	0.00	0.00	4.30
5	7.30	4.00	0.00	3.30	0.00	0.00
9	71.30	6.00	0.00	2.00	2.30	1.00
11	19.45	13.30	2.30	0.00	2.30	0.30
13	6.00	1.30	1.00	0.00	0.00	5.00
Total absoluto	118.15	25.00	7.00	7.30	5.00	14.00
Porcentajes	67.03	14.20	3.98	3.99	2.84	7.95

Fuente: Revista *Tele Gula*, mayo de 1997.

En el género de las caricaturas, obtuvo el primer lugar, el Canal 9 con 71.30 horas y el segundo lugar el Canal 11 de TV Azteca con casi 20 horas de programación a la semana y el de los que transmiten este tipo de programas.

En el género de telenovelas y series infantiles, estuvo a la cabeza el Canal 11 de TV Azteca con 13.30 horas, los que le siguieron fueron los canales 9 y 5 con 6 y 4 horas respectivamente, y el 13 con hora y media. A pesar de ser los canales 2 (nacional) y 4 (local) de Televisa, los primeros productores en éste género, durante el tiempo de análisis, no transmitieron programación en este rubro, los demás canales de esta empresa, como el Canal 9 y el 5 han estado repitiendo series o telenovelas ya transmitidas por los canales 2 y 4.

En el género de juegos y concursos, el canal que más tiempo le dedica es el 13 de TV Azteca con 5 horas a la semana y en

segundo lugar el Canal 4 de Televisa, con cuatro horas y media, siguiéndole el 2 con 3 horas.

Por su parte, en el género de cómicos, los canales 2, 5 y 9 de Televisa no transmiten ningún programa. El 4 local le dedica tres horas y media a este género y los canales 11 y 13 de TV Azteca transmiten entre los dos, tres horas y media. Por el contrario, en la transmisión de películas infantiles, el 4, 11 y 13 no transmiten ningún programa, mientras que los canales 2, 5 y 9 le dedican, en promedio cada uno 3 horas por semana.

En el último género, de educación y pedagogía, únicamente el Canal 9, especializado en niños y jóvenes, y el 11, ya casi especializándose en niños como competencia del 9 de Televisa, le dedican cada uno dos horas y media a este tipo de programación.

Al analizar la programación por géneros de la señal restringida (véase cuadro 10), en los trece canales se encontró que, al igual que en el sistema de televisión abierta, el género de las caricaturas es el más transmitido con 692.30 horas que representa casi 62% del total de la programación. En segundo lugar, se encuentran las telenovelas y series y los programas de educación y pedagogía con 192 horas (17.14%) y 185 horas (16.52%) respectivamente.

Los géneros menos transmitidos, en este sistema televisivo, son los cómicos y programas de humor con 28.30 horas, las películas infantiles con 9 horas y los juegos y concursos con 13 horas; en conjunto estos tres géneros abarcan el 4.40% del total de la programación infantil.

En lo referente a los canales que mayor tiempo le dedican al género de caricaturas y dibujos animados, se encuentran el Cartoon Network, Nickelodeon y Fox Kids. El primero con 100% de su programación (168 horas), el segundo con 83.45% (140 horas) y el tercero con 75% (126.30 horas) del total de su programación.

Aquí cabe aclarar que el canal Discovery Kids dedica el total de su transmisión a programas infantiles de índole educativa o pedagógica, es decir, sus producciones y aún las caricaturas que transmiten tienen un enfoque meramente educativo.

Mención aparte la tiene el canal Warner que ha balanceado su programación entre el género de caricaturas con 71 horas (48.96%) y las telenovelas o series infantiles con 72 horas (49.65%).

Por otro lado, ningún canal equilibra su programación infantil hacia todos los géneros.

CUADRO 10
Distribución de la programación por canales
y tiempos dedicados a géneros infantiles
(señal restringida)

CANAL	GÉNEROS					
	Caricaturas/ Dibujos animados	Telenovelas y series	Cómicos y de humor	Películas infantiles	Educación y pedagogía	Juegos y concursos
Cartoon Network	168.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Warner	71.00	72.00	0.00	2.00	0.00	0.00
Cable Kin	92.00	12.00	0.00	0.00	12.00	10.00
Fox Kids	126.30	38.30	0.00	3.00	0.00	0.00
Nickelo- deon	140.00	28.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Discovery Kids	0.00	0.00	0.00	0.00	168.00	0.00
KTLA	14.00	9.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Canal 8	12.00	0.00	0.00	0.00	0.00	3.00
MAS	1.30	0.00	3.30	0.00	5.00	0.00
ZAZ	38.00	12.00	25.00	0.00	0.00	0.00
USA	10.00	0.00	0.00	4.00	0.00	0.00
A3	14.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Fox	5.30	20.30	0.00	0.00	0.00	0.00
Total absoluto	692.30	192.00	28.30	9.00	185.00	13.00
Porcen- tajes	61.84	17.14	2.54	0.80	16.52	1.16

Fuente: Revistas de los sistemas de Multivisión y Megacable-Telecable de Zapopan, junio de 1997.

Origen de la programación

En un trabajo de investigación realizado por Sánchez Ruiz (1995) sobre la agenda televisiva de Guadalajara, concluyó que 43.45% de la programación transmitida en la señal abierta, era de procedencia extranjera y un 53.31% era de carácter nacional. Estos resultados nos hacen pensar que en la señal restringida el porcentaje de la programación extranjera supera con creces la oferta de la producción que se transmite (cuadro 11).

CUADRO 11
Programación total por géneros de programas
y procedencia (señal abierta)

Género	Nacional	Extranjera	Indeterminada	Total	Porcentaje
Películas	3 450	4 140	1 140	8 730	17.38
Caricaturas	0	6 165	0	6 165	12.28
Noticias	5 650	450	0	6 100	12.15
Telenovelas	1 890	3 660	0	5 550	11.05
Ventas	4 710	0	0	4 710	9.38
Varietades	1 950	420	0	2 370	4.72
Deportes (partidos)	1 300	480	120	1 900	3.78
Deportes (comentarios)	1 525	60	0	1 585	3.16
Musicales	960	630	120	1 710	3.41
Talk Shows	600	960	0	1 560	3.11
Tele-verdad	60	1 440	0	1 500	2.99
Series	0	1 350	90	1 440	2.87
Comedias	150	1 200	0	1 350	2.69
Interés general	1 050	120	0	1 170	2.33
Infantiles	930	120	0	1 050	2.09
Juegos y concursos	690	360	0	1 050	2.09
Análisis	660	0	0	660	1.31
Otros	450	0	0	450	0.90
Cómicos	330	60	0	390	0.78
Documentales	120	90	150	360	0.72
Teleteatros	210	120	0	330	0.66
Culturales	90	0	0	90	0.18
Total	26 775	21 825	1 620	50 220	100.00

Fuente: Sánchez Ruiz 1995.

Si se hiciera una comparación de los resultados, sobre los programas infantiles de Sánchez Ruiz en 1995, con los que levantamos en 1997, encontraríamos una diferencia mínima de casi 1% (20.11% contra 20.95% respectivamente).

En los dos estudios, las caricaturas son el género más dedicado en la programación del sistema televisivo por aire.

Si seleccionamos del cuadro 11, presentado por Sánchez, aquellos programas que de alguna manera se consideran en este como infantiles, resulta interesante llegar a la conclusión que del total de programas transmitidos de caricaturas y series, 100% son de origen extranjero. Los clasificados como infantiles con 88.57% y los juegos y concursos con 65.71%, cada uno del total de su género son producidos en el país (cuadro 12).

CUADRO 12
Programación infantil por géneros y procedencia

Género	Nacional	Extranjera	Indeterminada	Total	Porcentaje
Caricaturas	0	6 165	0	6 165	61.07
Series	0	1 350	90	1 440	14.27
Infantiles	930	120	0	1 050	10.40
Juegos y concursos	690	360	0	1 050	10.40
Cómicos	330	60	0	390	3.86
Total	1 950	8 055	90	10 095	100.00

Fuente: Información seleccionada del cuadro 11, Sánchez Ruiz 1995.

Rating infantil

Aun cuando en términos generales, expreso mi desacuerdo con el *rating*, debido a que sus resultados sólo se obtienen con metodologías que exploran a las audiencias cuantitativamente, no puedo negar que sus datos son punto de referencia obligado para conocer, en lo general y en lo estadístico, los gustos de los públicos.

Según el *rating* de programación de abril de 1997, entre los programas más vistos se encuentran las telenovelas, partidos de fútbol y películas. Dentro de los programas infantiles, el que mayor puntaje lo obtuvo *Los Simpson*, caricatura que se encuentra en el gusto del público infantil (y público en general) desde hace poco más de seis años, a pesar de ser tan criticada por las asociaciones de padres de familia. La diferencia entre el puntaje otorgado a *Los Simpson* (13.1 puntos) y al programa de mayor *rating* (la telenovela *Te sigo amando*, 25.9 puntos) es de casi 100%.

CUADRO 13
Programas infantiles con mayor *rating* transmitidos
en Guadalajara por la señal abierta

Programa	Puntaje	Horario	Canal
1. <i>Los Simpson</i>	13.1	AAA	11
2. <i>Te Caché</i>	10.7	AAA	11
3. <i>El show de Mickey y Donald</i>	9.7	AA	9
4. <i>La Sirenita</i>	9.5	AA	9
5. <i>Winnie the Pooh</i>	9.5	AA	9
6. <i>La Niñera</i>	8.9	AAA	11
7. <i>Club Disney</i>	8.0	AA	9
8. <i>El príncipe del Rap (especial)</i>	7.8	AAA	11
9. <i>En familia con Chabelo</i>	6.6	AA	2
10. <i>Los Torkelson</i>	5.2	AA	5
11. <i>Plaza Sésamo</i>	5.1	AA	9
12. <i>Sailor Moon</i>	5.0	AA	13

Fuente: IBOPE, revista *ABCEBRA*, abril de 1997.

El segundo lugar en preferencia, de la programación infantil, lo ocupa el programa *Te Caché* del género cómicos y de humor; los lugares que siguen, del tercero al quinto, lo vuelven a retomar las caricaturas y hasta el sexto y octavo lugar lo ocupan dos series: *La Niñera* con 8.9 y *El príncipe del Rap*

con 7.8 puntos, y el noveno lo ocupa uno del género de juegos y concursos *En familia con Chabelo* con 6.6 puntos, programa que de los presentados en el cuadro 13, es el que más tiempo tiene en la programación televisiva con poco más de 20 años.

Cabe aclarar que en el onceavo lugar, se encuentra un programa educativo o pedagógico que también ya tiene en la programación de la localidad poco más de 15 años titulado *Plaza Sésamo* con 5.1 puntos.

En lo que respecta a la programación infantil y los horarios de su transmisión, generalmente las compañías dedicadas (IBO-PE 1997) a los estudios de *rating* han clasificado los horarios en tres: el "AAA" o de mayor audiencia entre las 18:00 y 24:00 horas, el "AA" entre las 6:00 y las 18:00 horas, y el "A" entre las 0:00 y las 6:00 horas.

Al margen de esta clasificación marcada por criterios mercadotécnicos y publicitarios, sabemos que la televisión alcanza su mayor audiencia entre las 18:00 y las 23:00 horas. Así, cabe destacar que de los trece programas más vistos, cuatro se encuentran en el horario "AAA" y el resto en el horario "AA".

Utilizando esta clasificación de horario, los canales repiten su programación durante la semana, conservando un mismo esquema en cuanto a género y tipo de programas. Así, en el horario "AAA" aparecen los programas que de un modo u otro definen el perfil del canal.

En lo referente a la programación infantil, podemos señalar algunas orientaciones generales de los canales. El horario "AAA" en el Canal 2 de Televisa, no presenta nada para niños, excepto algunos programas cómicos y de humor, igual que el 4 local; el que sí presenta programación infantil en ese horario es el Canal 9 de esa misma compañía, con una mixtura entre caricaturas, telenovelas, series, programas cómicos, educativos y pedagógicos; por último, el Canal 5 combina las caricaturas y películas de clasificación "A" para todo público, con telenovelas y series.

En el grupo de canales de TV Azteca, en ese mismo horario el 11 bombardea su programación con caricaturas, telenovelas

y series, y en menor medida, con programas cómicos y educativos; éste, al igual que el Canal 9 de la competencia, tiene una variación muy amplia para el público de niños. El Canal 13 sólo transmite caricaturas.

En resumen, puedo afirmar que los canales de la Zona Metropolitana de Guadalajara, en cuanto a programación infantil, vuelcan en mayor o menor medida, su programación dependiendo de su perfil (por ejemplo, el 9 y 11 se pueden tipificar como infantiles o juveniles). Durante el horario "AAA", los canales presentan lo mejor de sí, es decir, aquello que los caracteriza y el tipo de programas que consolidan no sólo su audiencia, sino su acceso al mercado.

A manera de conclusión

Más que terminar con una conclusión, este trabajo abre puertas para entrar a la problemática que se genera alrededor de la agenda televisiva infantil.

El estudio de la agenda televisiva por localidades es el punto de partida para entender los sistemas televisivos y la orientación que se sigue en las regiones. El analizar la oferta programática, los géneros y los radios de acción de sus transmisiones, representa el establecimiento de elementos, en alguna forma, de delimitación regional.

Los cambios en el paisaje televisivo, como lo denomina Benassini (1994), tanto por los gustos programáticos de las audiencias como por el perfil de los canales (definido por las tendencias de los géneros transmitidos), forman parte de las modificaciones lentas pero claras que sólo advierten los teleadictos o las metodologías de evaluación de las agendas televisivas en diferentes periodos de tiempo.

El ir más al fondo de los cambios que viene sufriendo la agenda televisiva, es acercarnos al campo propio de la investigación televisiva desde la perspectiva del emisor y del mensaje. "El medio es el mensaje", señaló McLuhan (1969), y en la actualidad, en esta línea de estudios, se ha confirmado tal

afirmación (véase Orozco 1993, Benassini 1994) al demostrarse que en la programación de los principales canales comerciales en México se aprecian coincidencias respecto a las temáticas y los marcos valorales tratados por géneros, que permiten sugerir que las propuestas de los emisores⁹ se realizan a través de géneros más que de programas específicos.

Revisar la amplitud de la oferta por la posibilidad de acceder a un número creciente de canales (vía televisión por cable, señal restringida, antena parabólica o banda de UHF), así como la estructura de la agenda por géneros y la selección por los horarios ("A", "AA" y "AAA"), evaluar la influencia, entender la pluralidad de temas, personajes y puntos de vista presentados, hasta la diversidad de procedencia de los contenidos que vemos a través de nuestros televisores; son también objetivos que se deberán seguir en esta línea de investigación.

Si bien continúa creciendo la programación procedente de Estados Unidos en la agenda televisiva infantil, en Guadalajara es posible acceder a producciones de origen argentino, brasileño, venezolano, japonés, europeo y sobre todo de España.

En un sentido inverso, no sólo se accede a una mayor variedad de programación extranjera, también el panorama local se ha modificado; así, frente a la gran oferta globalizadora, encontramos también un mayor número de opciones de carácter regional (Crovi 1995; Sánchez 1994 y 1995; Lozano 1995).

Además de la procedencia de las producciones televisivas, lo que debería formar parte de futuras investigaciones de agenda televisiva infantil es el grado de uniformidad que presenta la oferta programática en su totalidad y por canal.

Las series y las caricaturas o dibujos animados, son los géneros que mayor espacio televisivo ocupan en la televisión de orientación infantil, ya sea abierta o restringida. Son estos géneros los que participan de propuestas muy variadas, desde prototipos de comportamiento e interacción social, hasta orientaciones o formación de gustos y actitudes de diversa índole.

9. Entendidas como los grupos que integran la oferta de televisión. Es decir, el grupo de productores, publicistas, comercializadores y técnicos que facilitan la transmisión de programas.

Pero también es en estos géneros donde pueden practicarse nuevas formas de producción local, por su intrínseca versatilidad y por ser una forma de presentar los intereses y preocupaciones de la televisión local frente a la globalización regional.

La puerta queda abierta, el siguiente paso será profundizar en el túnel audiovisual para entender las concepciones audiovisuales propuestas por el polo generador de la oferta del mensaje televisivo.

BIBLIOGRAFÍA

- BENASSINI FÉLIX, Claudia (1994) "Géneros televisivos y mundialización de las comunicaciones, el caso de los programas de concurso", II Congreso Latinoamericano de Investigadores de la Comunicación, junio 27-30. Guadalajara, Jalisco, México.
- BILTEREYST, Daniel (1991) "Resisting the American Hegemony: A Comparative Analysis of the Reception of Domestic and US Fiction", *European Journal of Communication*. London, Newbury Park and New Delhi: SAGE Publications, vol. 6, núm. 4, december.
- CROVI, Delia (1995) "Entretener y vender ¿fatal destino de la televisión mexicana?" en José Carlos Lozano (ed.) *Anuario de Investigación de la Comunicación*, CONEICC I México: CONEICC I.
- CROVI, Delia et al. (1995) *Desarrollo de las industrias audiovisuales en México y Canadá*, proyecto Monarca, UNAM.
- CHRISTALLER, Walter (1996) *Central Places in Southern German*. Englewood Cliffs: Prentice-Hall.
- DÁVILA ALDÁS, Francisco R. (1995) "Cambios tecnológicos. Globalización económica y regionalización" en J. J. Calva (coord.) *Globalización y bloques económicos. Mitos y realidades*. México: Juan Pablo editores, S. A.
- DELA MOTA, Humberto (1992) *Enciclopedia de la Comunicación*. Barcelona, España: Aguilar editores.
- ECO, Umberto (1989) *Lector in Fabula*. México: Lumen.

- GIDDENS, Anthony (1995) *La constitución de la sociedad. Bases para la teoría de la estructuración*. Buenos Aires, Argentina: Amorrortu.
- IBOPE (1997) en revista *ABCEBRA*, año VI, núm. 62, abril de 1997.
- INSTITUTO DE ESTADÍSTICA, GEOGRAFÍA E INFORMÁTICA (INEGI) (1996) *Conteo 95 de población y vivienda, resultados definitivos*. Guadalajara, Jalisco, México: INEGI, t. I.
- LOZANO, José Carlos (1994) "Recepción y usos de medios de comunicación en los jóvenes fronterizos" en José Carlos Lozano (ed.) *Anuario de Investigación de la Comunicación*, CONEICC I. México: CONEICC.
- MCLUHAN (1969) *La comprensión de los medios*. México: Diana.
- OROZCO GÓMEZ, Guillermo (1993) *El mensaje de la televisión mexicana en los noventas. Un análisis axiológico de la programación de los canales 2, 5, 9, 11 y 13*. México: Universidad Iberoamericana.
- RAMÍREZ, B. R. (1991) "Lo internacional y lo regional" en B. Ramírez (coord.) *Nuevas tendencias en el análisis regional*. México, D. F.: UAM-Xochimilco.
- SÁNCHEZ RUIZ, Enrique (1995) "La agenda televisiva en Guadalajara", en Delia Crovi, *Desarrollo de las industrias audiovisuales en México y Canadá*, proyecto Monarca. México: UNAM.
- (1994) "Cultura política y metas de difusión. Educación informal y socialización" en *Comunicación y Sociedad*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara, DECS, núm. 21, mayo-agosto.
- (1993) "Internacionalización de la televisión mexicana: Perspectivas para la descentralización cultural", *Revista de la Universidad de Guadalajara*, invierno 1992-primavera 1993, Guadalajara, México.
- (1985) "Televisión y socialización en Guadalajara (un primer acercamiento empírico)", revista *Encuentro 7*, vol. 2, núm. 3, abril-junio, El Colegio de Jalisco.

— (1982) “La agenda televisiva en México y Guadalajara (o las apariencias engañan)”, *Cuadernos*, núm. 2, septiembre-diciembre, Universidad de Guadalajara.

TAYLOR, Peter J. (1994) *Geografía política, economía mundo, Estado-Nación y localidad*. Madrid, España: Trama editorial (primera edición en inglés, 1985).