

**UNIVERSIDAD DEL MAR CAMPUS HUATULCO**

**Biblioteca**

**UNIVERSIDAD DEL MAR**



**IMPORTANCIA DE LA CALIDAD PROGRAMÁTICA EN LA  
TELEVISIÓN. ANALISIS DEL CASO CANAL 10  
DE SALINA CRUZ, OAXACA.**

**TESIS**

**QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:  
LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**PRESENTA:**

**ALEIDA ZAHORÍ LÓPEZ LÓPEZ**

**DIRECTOR DE TESIS:**

**M.C. GABRIEL GARDUÑO FÉLIX**

**CIUDAD UNIVERSITARIA, HUATULCO, OAX., JULIO 2009**

---

## INTRODUCCIÓN

---

La inversión en la infraestructura de la televisión en el siglo pasado, trajo consigo una diversidad de opiniones acerca de los cambios que ésta traería, desde los tecnológicos, los efectos del medio sobre los televidentes, la influencia social, hasta la calidad programática. Es hacia finales del siglo XX cuando los análisis sobre la televisión se hicieron más frecuentes con el fin de medir audiencias y formas de obtener mayores ganancias. Entonces las televisoras comenzaron a preocuparse más en los contenidos que ofrecían a sus televidentes y por lo tanto en la calidad de sus producciones.

A la par de dichas inquietudes, los sistemas de cable comenzaban a crear sus propios canales y contenidos locales para las regiones que cubrían aunque sin considerar los beneficios de una televisión de calidad como ya lo estaba haciendo la televisión existente.

Partiendo de ese último tópico, tema central de esta investigación, surge el interés por estudiar la **Importancia de la calidad programática en la televisión**, específicamente en el caso de un canal local transmitido por cable en la región del istmo de Tehuantepec. El siguiente trabajo expone la

importancia de la calidad programática en la televisión considerando diversas áreas que integran la producción televisiva, retomando aspectos teóricos y aplicándolos a un caso práctico.

Con el fin de alcanzar nuestro propósito, fue necesario establecer un elemento de estudio que nos permitiera conocer la forma de producción, y los criterios de calidad manejada en una televisora. La proximidad, el acceso a la información y el ser el único canal de televisión en la región del Istmo, nos llevaron al establecimiento del Canal 10 de Salina Cruz, Oaxaca como nuestro objeto de investigación presentando como premisa: el Canal 10 de Salina Cruz, Oaxaca, no trabaja bajo una definición clara del término calidad programática.

Refiriéndonos a un canal de cable, cuando se trata de producir televisión local, las cableras<sup>1</sup> dejan a un lado gustos, preferencias, nivel sociocultural y edad de sus receptores, puesto que se basan únicamente en el número de suscriptores y el área cubierta por el sistema. Esta situación lleva a las televisoras de cable, con capacidad de tener un canal propio, a generar programaciones con deficiencias tanto en su estructura técnica (emplazamientos de cámara, iluminación, escenografía, etc.) como en la narrativa (cuando se tiene una justificación del guión). No dan importancia ni al mensaje ni al mercado aún siendo elementos cardinales del proceso comunicativo.

En este contexto, el Canal 10 pertenece a la empresa de televisión restringida Megacable, que forma parte de la Productora y Comercializadora de televisión por cable (PCTV) a nivel nacional. Megacable cuenta con la infraestructura necesaria para la producción y transmisión propia de programas, ejemplo de ello es el Canal 10. Empero, al ser parte de un sistema global de televisión, en este caso PCTV, no ve la necesidad de realizar estudios de mercado que le

---

<sup>1</sup> Considerando como cableras a las empresas de televisión por cable de acuerdo con Flores, José y Conde, Leobardo, *Televisión por cable ¿Otro factor de integración regional de México?*, México, Taller de Investigación en Comunicación Masiva. Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco división de Ciencias Sociales y humanidades, 1979, 328 pp.

permita determinar los sectores de audiencia adecuados para cada programa o índices de calidad ya que su interés principal no está en la producción sino en la venta del servicio de televisión por cable y servicios alternativos como el pago por evento, internet o telefonía.

En lo que refiere a la calidad, las investigaciones sobre este tópico son escasas. De ahí el interés de conocer cuáles son los estudios ya existentes sobre la calidad y aplicarlos a un canal local. Estas investigaciones nos permitirán realizar una comparación de las características del proceso de realización programática con las establecidas por los autores encontrados y así determinar los criterios de calidad programática de un canal de televisión.

Para fines de esta tesis, se toman en cuenta dos investigaciones referentes a la calidad en la televisión. *Televisión y calidad. El debate internacional* de Giuseppe Richeri y María Cristina Lasagni<sup>2</sup> y *Televisión de calidad y pragmatismo* de Eva Pujadas<sup>3</sup> quien apoya sus criterios de investigación en los mencionados por Lasagni y Richeri. Cabe mencionar, que dichos estudios no surgieron en un contexto cercano a la situación de la televisión en México, sin embargo, Giuseppe Richeri nos aclara, en entrevista vía correo electrónico, que la información expresada en su investigación puede ser aplicable a cualquier sistema de televisión en el mundo y nos menciona que es importante considerar las diferencias que existen entre la televisión comercial y la del Estado.

Respecto a nuestro objeto de estudio, el Canal 10 transmite nueve programas, de los cuales, dos son de producción propia, es decir perteneciente al canal 10 y cuatro son producciones independientes y que rentan espacios en la programación del canal. En términos generales seis programas son de producción local.

---

<sup>2</sup> Giuseppe, Richeri y Lasagni, Cristina, "Televisión y calidad. El debate internacional." Argentina Ed. La Crujía. 222 pp.

<sup>3</sup> Pujadas, Eva Pujadas. "Televisión de calidad y pragmatismo". Quaderns del CAC. Barcelona 2002, núm. 13. [s.p.] [www.audiovisualcat.net/publicaciones/q13pujadascast.pdf](http://www.audiovisualcat.net/publicaciones/q13pujadascast.pdf)

Al ser únicamente seis los programas locales transmitidos por el Canal 10, la metodología desarrollada en la investigación fue un análisis cualitativo fundamentado en los criterios de calidad televisiva sugeridos por Giuseppe Richeri y María Cristina Lasagni. La recolección de datos se realizó a través de entrevistas a profundidad de los principales realizadores de los programas transmitidos por el Canal 10. La elección de los entrevistados se fundó en la posición de los recursos humanos y en el número de personal que interviene en la producción televisiva del canal y los programas. Al ser un canal en crecimiento y de recursos limitados, se decidió entrevistar a todos los elementos que llevan a cabo la producción televisiva.

De esta manera, se entrevistó a los productores de los programas, dos técnicos y al gerente general de Megacable, tomando en cuenta que los entrevistados realizan más de dos funciones dentro de la producción. Con esto se cubrieron los diversos ámbitos que integran los programas, tales como iluminación, guión, dirección, entre otras. Las entrevistas fueron individuales y duraron entre 60 y 90 minutos, su objetivo fue conocer las opiniones personales de los realizadores con respecto a la calidad y el desarrollo de sus programas.

Al término de la recopilación de la información, a través del análisis de cada una de las respuestas de los diferentes actores que participan en la producción televisiva del Canal 10 de acuerdo al trabajo realizado, se identificaron variables representativas. Se realizó un cuadro comparativo<sup>4</sup> que muestra los lineamientos establecidos por Richeri y los encontrados en las entrevistas realizadas.

El siguiente trabajo de titulación está dividido en cuatro capítulos. El primero muestra un panorama general sobre la televisión en México, así como antecedentes de su aparición en nuestro país y su establecimiento como televisión comercial. Asimismo se expone su importancia, los diferentes tipos de empresas televisivas, tales como la televisión abierta, del Estado, por cable

---

<sup>4</sup> Véase anexos, cuadro 1.8 Comparación de los resultados p. 140

y vía satélite; brevemente se presenta la legislación que las rige y los principios de continuidad, repetición y previsibilidad que vinculan a la televisión con su auditorio.

En el segundo capítulo, se expone la estructura de la televisión por cable en México, la legislación que la regula así como sus antecedentes y la necesidad de la sociedad por adquirir este servicio, en este sentido se aborda el papel que desempeña la televisión por cable en la sociedad mexicana. Se presentan a las dos grandes compañías de televisión por cable en México, Cablevisión que acaparó las principales ciudades del centro y norte del país y PCTV, que agrupó a las pequeñas cableras para su establecimiento en el resto de los estados de la República Mexicana.

Las definiciones de calidad son expuestas en el capítulo tercero, se toman en cuenta los diversos ámbitos profesionales que integran la producción televisiva. Se establecen cuatro áreas temáticas de referencia basadas en las variables de medición de calidad propuestas por Richeri, las cuales son; el sistema televisivo, la programación, los programas, y las cadenas televisivas; dichas áreas permiten identificar, de manera individual, una definición de calidad incluyendo la calidad vista desde el punto de la perspectiva del público. Para finalizar este capítulo, se expone la importancia de la calidad programática y las ventajas que ésta le otorga a una empresa de televisión.

La situación del Canal 10 es expuesta en el último capítulo. Asimismo, sus antecedentes, normatividad, funcionamiento y forma de producción, tanto del canal como de los programas independientes. En este capítulo se presentan los resultados obtenidos en las entrevistas tomando en cuenta las cuatro áreas de referencias de calidad mencionadas por Richeri y expuestas en el capítulo tercero.

El análisis de los criterios de calidad programática nos llevó a establecer que una de las fortalezas con la que cuenta el Canal 10, es la proximidad que tiene

con el auditorio. El objetivo de dicha televisora es ofrecer información relacionada o inmediata al espectador. Este es uno de los aspectos que, en cuestión de calidad, el canal 10 cumple en todo su sentido. Además, la empresa no cuenta con algún tipo de investigación de mercados que le indiquen las características de audiencia que tiene el canal y los tipos de programas adecuados a los gustos del público. Al pertenecer a un sistema de televisión por cable tiene un público cautivo.

El canal 10 no cuenta con alguna competencia directa. El no existir otro canal local en señal abierta es factor de degradación de la calidad del sistema. Por otro lado, tampoco existe competencia dentro del mismo sistema debido a que el grupo PCTV, al cual pertenece la compañía Megacable, tiene como lineamiento la no competencia ni establecimiento de otra cablera dentro del área que ya está cubierta por alguna perteneciente al mismo grupo.

Además el Canal 10 cuenta con un número reducido de personal, es por ello que una sola persona puede y debe desempeñar diferentes funciones dentro del programa. En el caso de las producciones independientes, tampoco cuentan con el personal calificado<sup>5</sup> y suficiente para la realización de los programas. Los recursos humanos del canal 10 y de los programas independientes se han formado empíricamente con base en la experiencia desarrollada dentro del canal.

Con base en los resultados obtenidos en el análisis de la información obtenida y expuesta en el cuarto capítulo, se obtuvo que, el Canal 10 de Salina Cruz, Oaxaca, no tiene una definición clara del término calidad programática ya que no cumplen con las características de calidad propuestas por Richeri. Asimismo, no mantiene estándares que lo incluyan dentro del significado de calidad programática.

---

<sup>5</sup> López, Aleida, entrevista a Lenin De Gyves, encargado de las producciones independientes del Canal 10. Septiembre 2008.

En conclusión, el grado de importancia que se le otorgue a la calidad programática en la televisión dará a la empresa diferentes ventajas competitivas frente a otras. La calidad permitirá, entonces, construir una marca sostenible y un grado de confianza del espectador hacia la empresa, se genera un crecimiento comercial y de audiencia. La calidad en la televisión crea una barrera de competencia puesto que la calidad no puede ser imitada.

La calidad en la televisión no puede ser definida sin tomar en cuenta los diversos aspectos o criterios que integran la producción televisiva. Siempre se observarán diferentes vertientes y enfoques de lo que es o debería ser la calidad en la televisión. Sin embargo, al existir estándares que permitan el acercamiento y la evaluación de la calidad desde cada uno de los elementos que integran la producción televisiva, será posible estudiar las formas de producción y aspectos de calidad con los que cuenta una televisora.