

UACM

Universidad Autónoma
de la Ciudad de México

Nada humano me es ajeno

COLEGIO DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y CULTURA

**“La televisión de paga como símbolo distintivo
de las clases sociales en la Ciudad de México”**

TRABAJO RECEPCIONAL
PARA OBTENER EL TÍTULO DE LICENCIADO EN
COMUNICACIÓN Y CULTURA

PRESENTA:

Amado Álvarez Ramírez

Directora del trabajo recepcional

Mtra. Graciela Martínez Matías

México, D.F. Noviembre 2013.

SISTEMA BIBLIOTECARIO DE INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE LA CIUDAD DE MÉXICO COORDINACIÓN ACADÉMICA

RESTRICCIONES DE USO PARA LAS TESIS DIGITALES

DERECHOS RESERVADOS[©]

La presente obra y cada uno de sus elementos está protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor; por la Ley de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, así como lo dispuesto por el Estatuto General Orgánico de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México; del mismo modo por lo establecido en el Acuerdo por el cual se aprueba la Norma mediante la que se Modifican, Adicionan y Derogan Diversas Disposiciones del Estatuto Orgánico de la Universidad de la Ciudad de México, aprobado por el Consejo de Gobierno el 29 de enero de 2002, con el objeto de definir las atribuciones de las diferentes unidades que forman la estructura de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México como organismo público autónomo y lo establecido en el Reglamento de Titulación de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México.

Por lo que el uso de su contenido, así como cada una de las partes que lo integran y que están bajo la tutela de la Ley Federal de Derecho de Autor, obliga a quien haga uso de la presente obra a considerar que solo lo realizará si es para fines educativos, académicos, de investigación o informativos y se compromete a citar esta fuente, así como a su autor ó autores. Por lo tanto, queda prohibida su reproducción total o parcial y cualquier uso diferente a los ya mencionados, los cuales serán reclamados por el titular de los derechos y sancionados conforme a la legislación aplicable.

•Agradecimientos

- A mis papás; María y Genaro; a mis hermanos: Eloy, Ana y Jaime; a mi sobrino Diego; a mi abuelita Luisa; a mi tía Juana y a mi tío Basilio. A toda mi familia por ser el pilar más importante, por su apoyo incondicional y por creer en mí.
- A la Universidad Autónoma de la Ciudad de México (UACM) por facilitarme las herramientas para crecer como estudiante y persona.
- A mi directora, la maestra Graciela Martínez Matías, por aceptarme bajo su dirección y guiarme en esta tesis de licenciatura durante un largo período, le estoy muy agradecido.
- A mis lectores por su aporte y participación en esta tesis: Maribel Reyes Calixto, Jerónimo Repoll, Martín Hernández González y quiero expresar un reconocimiento especial a la maestra Ruth Guzik Glantz, quien estuvo desde los primeros borradores apoyándome y no sólo con sus conocimientos, sino también con numerosos consejos, gracias por sus asesorías y orientación. La participación de todos ayudó a enriquecer este trabajo, de verdad aprecio todas sus sugerencias y sobremanera la molestia que se tomaron al revisar este trabajo. Gracias al profesor Fernando Mejía por su punto de vista.
- A mis amigos: Mario, Carlos, Tania y Tamara que me brindan su confianza y afecto.
- Finalmente al Instituto de Ciencia y Tecnología del Distrito Federal y a la UACM por su apoyo económico para la realización de esta tesis de licenciatura.

Índice

Introducción	7
Capítulo I La televisión Mexicana como constructora de identidad	17
1.1 El concepto de identidad	20
1.2 Los medios de comunicación como constructores de identidad	23
1.3 La llegada de la televisión a México	24
1.4 La televisión mexicana fomenta parte de la identidad	25
1.5 Los primeros canales y empresas de televisión abierta en México	29
1.6 Televisión Pública, Cultural y Universitaria	31
Capítulo II La televisión restringida	37
2.1 Multichannel Multipoint Distribution Service (MMDS)	41
2.2 El Estado impulsor de relaciones comerciales en el país.	42
2.3 El auge de la televisión de paga (DirectTv y Sky)	47
2.4 Fortalecimiento de la televisión de Paga: el fenómeno Dish	48
2.5 Del Triple Play a los contenidos de la televisión de paga	56
2.6 El conflicto por fortalecer las telecomunicaciones	60
2.7 Del “Pacto por México” a la Reforma en Telecomunicaciones	64
2.8 La masificación de los medios de comunicación en México	69
2.9 La televisión a través de internet	73

Capítulo III La televisión de paga como instrumento simbólico y cultural en la sociedad mexicana.	77
3.1 Clases sociales en México	86
3.2 Clases alta	88
3.3 Clase media	90
3.4 Clase baja o popular	94
3.5 La clase media en el 2013	99
3.6 Clases sociales y medios	101
Capítulo IV La televisión de paga: como ascenso social y simbólico de las clases populares: apuntes para un marco teórico	105
4.1 El consumo de televisión de paga en las clases populares	109
4.2 <i>Habitus</i> desde la perspectiva de Pierre Bourdieu	113
Capítulo V Resultados de la investigación empírica	115
5.1 Descripción de la colonia Corpus Christi	116
5.2 Mapa de la zona	118
5.3 Descripción y análisis de las entrevistas realizadas a los usuarios de televisión de paga en la Ciudad de México	119

Conclusiones	141
Acortadores de URL	153
Bibliografía	154
Anexo: Transcripción de las entrevistas	160

Lista de cuadros y gráficas

Cuadro 1. Suscripciones de televisión restringida (1992-2013)	42
Cuadro 2. Presupuesto de medios de comunicación públicos	45
Cuadro 3. Hogares con televisor por tipo de equipo, 2009 a 2012	50
Cuadro 4. Hogares con televisión de paga por entidad federativa, 2011	51
Gráfica 1. El flujo nacional de remesas	52
Cuadro 5. Empresas de televisión de paga En la Ciudad de México	60
Cuadro 6. Clases sociales en México 2010-2013.	99
Cuadro 7. Penetración de tecnologías	103
Cuadro 8. Datos personales	120
Cuadro 9. Años con televisión en su hogar	122
Cuadro 10. Promedio de horas en el que miran televisión de paga	125
Cuadro 11. Programas que predominan en los gustos de los usuarios	127
Cuadro 12. Existen diferencias entre las familias que ven tv abierta y de paga	131
Cuadro 13. Beneficios de la tv de paga	134

Introducción

El presente trabajo muestra un panorama referente al crecimiento que ha alcanzado en los años recientes la televisión de paga, de manera especial entre las personas provenientes de los sectores de menos ingresos. Asimismo se describen cómo es el acercamiento de dicha población a esta tecnología y cuáles son los motivos que los conducen a contratar televisión restringida.

En años recientes las nuevas tecnologías como son los dispositivos móviles, tabletas, e internet, le han dado a la televisión abierta y de paga la manera perfecta para acercar sus contenidos e interactuar con las personas, y estas nuevas formas comunicativas han empezado abrirse paso en el ámbito social y cultural, asimismo son consideradas como nuevas formas de cohesión social. Hoy en día es normal sentarse a ver la televisión y al mismo tiempo usar *tablets* o teléfonos inteligentes para navegar por las redes sociales y comentar lo que pasa en los distintos canales de televisión, principalmente en los programas de tv, es un fenómeno que ha tomado gran fuerza.

De acuerdo a datos del Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática (INEGI) en su documento sobre Disponibilidad y Uso de las Tecnologías de la Información en los Hogares, en 2001 91.9 por ciento de los hogares tenían televisión; en 2007 subió a 93.3 por ciento; en 2012 la cifra aumentó a 94.9 por ciento, ahora bien, en televisión de paga en esos mismos años aumentó: 13.5 por ciento; 24.7 por ciento; y 32.2 por ciento.

En la última semana de junio de 2013 la empresa Nielsen-IBOPE dedicada a la medición de audiencias en televisión, publicó su estudio anual titulado *Establishment Survey*, en éste explica que, de cada 100 personas que tienen encendido el televisor en las 28 ciudades donde se llevó a cabo el análisis: 43 (43.4 por ciento) ven algún canal de Televisa; 27 (27.4 por ciento) personas prefieren algún canal de televisión de paga; 19 (19.5 por ciento) optan por un canal de TV Azteca; y nueve usuarios(9.7 por ciento) se inclinan por los canales locales. Los medios de comunicación asumen un papel muy importante dentro del núcleo familiar, social y cultural, la televisión abierta es el principal medio de difusión, pero cada día se registra un mayor acceso a la televisión restringida.

Es menester de esta investigación señalar los antecedentes históricos más importantes de la televisión abierta, y de la televisión de paga, además, es importante aclarar por qué se ahonda más en la segunda. Las primeras hipótesis surgieron al observar un creciente y permanente aumento en el número de antenas de la empresa Dish en la zona de residencia del autor de esta tesis, de hecho, hay que ser precisos, en muchos lugares de la Ciudad de México se han visto cambios similares, desde el 2008. En este trabajo también se hablará de *MVS Comunicaciones* y su participación en la televisión satelital o Directa al Hogar (DTH), sin olvidar sus grandes méritos y cambios en materia de comunicación, y lo que ha ocasionado su incursión en México.

Luego de cotejar lo observado en campo con los datos exactos que ofrece la Comisión Federal de Telecomunicaciones (Cofetel), acerca del incremento que ha tenido el sector de la televisión de paga en años recientes, fue pertinente desarrollar un trabajo de investigación, donde se analice ¿Por qué las personas de menores ingresos de la Ciudad de México han empezado a suscribirse a la televisión de paga? Pregunta desde la cual se parte para darle forma al proyecto articulado en torno a los siguientes interrogantes:

- 1) Investigar si la adquisición de un servicio de televisión de paga por los sectores de bajos recursos, están vinculados a propósitos como el de alcanzar un mejor estatus social, y un mejor acceso a nuevas prácticas sociales y culturales.
- 2) Describir cómo los consumidores relacionan la televisión de paga, con la vida cotidiana ¿Construyen sus propios significados en torno a ésta?
- 3) La televisión de paga se vuelve necesaria ¿Por qué?
- 3) Analizar cómo han modificado sus hábitos a partir de la televisión de paga.

En la actualidad las personas de bajos recursos no se conforman sólo con ver televisión abierta, ellos quieren aprovechar el avance de la tecnología para buscar más y mejores contenidos; que en muchos casos se transmiten a través de la televisión restringida. Es justo decir que, durante la aplicación de entrevistas las personas aceptaron que siempre les llamó la

atención contar con un servicio como éste, pero cuyo acceso es difícil, porque existen otros bienes que son prioritarios dentro del núcleo familiar.

Cada consumidor es capaz de crearse una necesidad de los bienes provenientes de las industrias culturales, cuando se menciona a la televisión de paga, ésta satisface necesidades concretas en cada persona, una premisa central de este estudio; es que el consumo de ciertas tecnologías televisivas puede llegar a significar movilidad social para los grupos sociales de menores recursos económicos. Y es que el espectador anhela nuevas formas de entretenimiento, sin olvidar, los gustos que se construyen socialmente con la apropiación de la televisión de paga, y que su consumo implica movilidad social entre los grupos. Bajo esa perspectiva, es pertinente describir por qué los televidentes quieren contar con televisión de paga dentro de su hogar.

Este trabajo está dividido en cinco capítulos. En el primero, *La televisión mexicana como constructora de identidad*, se expone un tema importante: la identidad, con base en la mirada teórica del doctor Gilberto Giménez Montiel, un investigador que ha estudiado este concepto que fue puesto en la órbita de las ciencias sociales desde la década de los ochenta; el tema se ha situado cada vez con mayor frecuencia en diversos campos del análisis social, sobre todo en los países subdesarrollados, es por eso que se considera oportuno. Gilberto Giménez ha analizado cómo la identidad constituye la dimensión subjetiva de los actores sociales; dicho de otro modo: no todos los rasgos culturales inventariados por el observador externo son igualmente pertinentes para la definición de su identidad, sino sólo algunos de ellos socialmente seleccionados, jerarquizados y codificados son los que marcan las fronteras en el proceso de su interacción con otros actores sociales. “La identidad –dice Giménez- es uno de esos conceptos de encrucijada hacia donde converge una gran parte de las categorías centrales de la sociología, como cultura, normas, valores, estatus, socialización, educación, roles, clase social, territorio/ región, etnicidad, género y medios”¹.

La televisión y la radio son los medios de comunicación con mayor preponderancia en la sociedad mexicana, de acuerdo con el apartado de sociedad de la información que ofrece el

¹ Giménez, Gilberto. “Cultura e Identidades” en *Revista Mexicana de Sociología*, Vol. 66, Número especial (Oct., 2004), p. 77-99.

INEGI, señala que desde 2001 hasta la última actualización en 2012, la televisión ha pasado de 91.9 por ciento, a 94.9 por ciento de penetración en todo el país; por su parte, la radio de 89.3 por ciento que tenía en el 2005, ha decaído a 79.3 en 2012. Lo que significa, que la televisión es un medio de comunicación sólido. Con el transcurso de los años la pantalla chica ha creado prácticas sociales, representaciones simbólicas, transmisión de información, intercambio de significados, todo esto lo hacen a través de sus contenidos, programas, imágenes, es un medio que participa en la construcción social de conocimientos.

Esta investigación destaca cómo las personas están expuestas a la influencia de los medios de difusión. Específicamente, a lo largo de los años, la televisión abierta ha incidido en el desarrollo de los procesos simbólicos en México, y desde hace un par de décadas, se inició un incremento de la televisión restringida, su rol se ha vuelto importante en el contexto nacional, por lo cual se han empezado a crear oposiciones y diferencias simbólicas entre los usuarios de televisión abierta y los de televisión de paga. Cada uno se ha apropiado de los repertorios culturales que encuentra en una y otra, lo hacen mediante los gustos, las construcciones culturales, dicho de otro modo, lo tradicional y lo moderno se cohesionan, las personas buscan algo más que sólo televisión abierta, pero con características similares, por eso han recurrido a la televisión de paga.

El problema es que a un mayor acercamiento con los circuitos vía satélite e informáticos, éstos terminan por ocasionar cambios significativos en el ámbito social, al mismo tiempo fragmentan los modos de vida de las personas, en otras palabras, los individuos están sumergidos en un mar de significados, imágenes y símbolos de nuestro entorno cultural; país, familia, lugar de estudio o trabajo, vestimenta, música, programas televisivos.

Es importante hablar de los antecedentes históricos más importantes de la televisión abierta en nuestro país. Esto es interesante porque muestra el insuficiente desarrollo que ha llevado desde sus inicios en 1950 hasta nuestros días. Al principio había tres canales, el primero fue Canal 4 de Televisión de México S.A, seguido del Canal 2 de Televimex, S.A propiedad de Emilio Azcárraga Vidaurreta, y el Canal 5 a cargo de Televisión González Camarena S.A. Los tres canales se fusionaron en 1955, y así nació Telesistema Mexicano. El

primer paso de esta alianza era evitar la competencia para poder ampliar la transmisión de las señales. Fue hasta 1968 cuando apareció Canal 8 de Televisión Independiente de México, que si bien en un principio era la competencia directa de TSM, esto sólo duró tres años, porque, en 1972, ambas empresas decidieron unirse, de esta manera se fundó Televisión Vía Satélite S.A. hoy en día se conoce como Televisa, uno de los medios de comunicación más importantes e influyentes en el mundo.

Desde entonces sólo se ha creado una cadena de televisión con una cobertura total, capaz de llegar a todos los rincones de la República Mexicana, lo curioso es que desde 1972 el Estado administró durante varios años Canal 13, específicamente hasta el 18 de julio de 1993, cuando pasó a manos del sector privado. Ricardo Salinas Pliego pagó al gobierno la cantidad de 650 millones de dólares por los canales 13 y 7, de igual forma la cadena de salas Cinematográficas Compañía Operadoras de Teatros S.A. y los Estudios América. A partir de ese momento dejaría de llamarse Imevisión para transformarse en Tv Azteca. Un mes antes realizó sus primeras transmisiones Canal 22, a cargo del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, con el objetivo de generar una propuesta de televisión pública para México.

Miguel Alemán (1946-1952) cimentó las bases de la televisión educativa y cultural, con el éxito de la tv comercial, México adoptó el sistema televisivo estadounidense. En 1958 el Instituto Politécnico Nacional realizó sus primeras pruebas con Canal 11, fue hasta el 2 de marzo de 1959 cuando inició operaciones, sus primeras emisiones televisivas fueron estrictamente educativas. Cabe señalar que todos estos aspectos se abordan en el primer capítulo de esta tesis.

El segundo capítulo *La televisión restringida* se enfoca en los antecedentes históricos de la televisión de paga en México. Ésta respondió en un principio a necesidades específicas como mejor calidad de la imagen y sonido, y más programación. Vale la pena mencionar, que los primeros registros se dieron en el norte de la República Mexicana y la razón fue que Estados Unidos confeccionó el camino de la televisión por cable, sus avances y técnicas se han aplicado a la par en nuestro país, sobre todo en los años recientes. En la Ciudad de México la primera compañía que prestó estos servicios fue Cablevisión, al principio logró un permiso

provisional (1969) de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT) para poder transmitir, fue hasta 1974 que recibió su concesión, en aquellos años únicamente contaba con 12 canales.

Asimismo se muestra la entrada de nuevos competidores con diferentes tecnologías: por ejemplo el Direct to Home (DTH), sistema destinado a la distribución de señales audiovisuales y datos directamente al público desde satélites. Una de sus ventajas es que este sistema llega a lugares de difícil acceso. Siguiendo la misma línea, apareció Multichannel Multipoint Distribution Service (MMDS), esta tecnología inalámbrica consiste en enviar por aire señales de televisión codificadas; en otras palabras, sólo pueden ser recibidas por suscriptores que tienen el equipo para poder decodificar la recepción.

Otro punto igual de interesante es el apogeo de la televisión de paga en México, cuando en 2008 apareció la empresa estadounidense Dish que trabaja en alianza con la empresa Multivisión propiedad de Joaquín Vargas. De algún modo, la entrada de un nuevo competidor al mercado de la televisión de paga, puso en evidencia el monopolio que ha ejercido Televisa a través de sus operadoras (Sky, Cablevisión Megacable, Televisión Internacional (TVI) Cablemás) y los efectos que ha ocasionado desde su llegada.

En el tercer capítulo, *La televisión de Paga como instrumento simbólico y cultural en la sociedad mexicana*, se hace un análisis somero del tema de las clases sociales, particularmente se discute el poder capitalista de las familias y su relación con el consumo de la televisión de paga. Es necesario entender esta clasificación por clases y grupos sociales desde la época colonial, pasando por el Porfiriato hasta llegar al actual entorno, donde la estructura social está dividida en tres categorías: clase baja, clase media y clase alta; se ahonda de manera especial en las primeras dos, porque durante 1950, el sector agrícola vivió cambios trascendentales; hubo traslados del campo a la ciudad, la zona urbana creció desmesuradamente, las personas que migraban hacia la ciudad estuvieron obligados a mudar sus hábitos, conductas y costumbres regionales por nuevos modelos, y esto, modificó el entorno de vida de las personas, se suscitó una lucha dentro de la clase obrera, entre los obreros nativos y los campesinos que migraban a la metrópoli, y estas pugnas generaron desigualdades.

Además, se hace hincapié en la importancia de las clases sociales dentro de la estructura social. En este apartado es necesaria la mirada teórica de dos sociólogos mexicanos: José E. Iturriaga y de Gabriel Careaga. El primero expone que el crecimiento demográfico está intrínsecamente ligado al desarrollo de las clases sociales, durante el proceso se han alterado los hábitos, conductas y costumbres de estos grupos. Su investigación, hecha a inicios de 1950, contribuye a entender el desarrollo económico de México durante ese periodo, y cómo fue el proceso de transformación de la estructura social de la sociedad mexicana.

Se sitúan conceptos de Gabriel Careaga que son esenciales para esta investigación, el sociólogo mexicano detalla aspectos de nuestra sociedad, y el surgimiento de la clase media como un nuevo fenómeno social que a finales de la década de los setenta empezaba a emerger en una sociedad poco desarrollada; sus cimientos son la cultura, sobre la cual se configura el escenario histórico de la clase media en México, y sus relaciones sociales. De hecho, se insiste en la relación de nuestra cultura y las características que compartimos.

Previamente se define el concepto de cultura para entender cómo enmarca las prácticas e instituciones. El concepto de cultura ha adquirido distintas acepciones y pone especial atención en el análisis de la vida social. Distintas ramas de las ciencias sociales han debatido sobre el objeto individual y colectivo de las acciones humanas, y, la polivalencia del término cultura ha generado controvertidos debates académicos. Ahora bien, la identidad y la cultura tienen relaciones recíprocas, en palabras del doctor Gilberto Giménez son “conceptos indisociables”.

Se aborda el tema de los cambios de hábitos, precisamente los que provienen de los medios de comunicación, porque éstos son los encargados de difundir mercancías, costumbres, hábitos. La televisión como punta de lanza refuerza esta actividad, no hay que olvidar lo que mencionaba Stuart Hall, él los define como aparatos sociales, económicos y técnicamente organizados para la producción de mensajes y signos ordenados en discursos complejos: “mercancías simbólicas”, no obstante para que exista una producción de los mensajes simbólicos debe hallarse un espacio donde se concentren y la televisión es ese lugar.

El cuarto capítulo, *La televisión de paga: como ascenso social y simbólico de las clases populares: apuntes para un marco teórico*, se habla de la forma en que ha crecido la televisión de paga dentro de los distintos grupos socioeconómicos, se pone especial atención en el sector de la clase baja y las diferencias que surgen con respecto a la televisión abierta. En la actualidad los consumidores están inmersos en un mar de posibilidades; sin embargo, el aspecto económico siempre los supedita y las nuevas tecnologías de información no son baratas. Ahora bien, las personas de escasos recursos económicos realizan un gran esfuerzo para contratar televisión de paga, ésta sirve como distinción simbólica dentro del vecindario y transforman el ambiente social y cultural. Además de aprovechar su contenido como eventos educativos, arte, musicales, deportivos, que los usuarios encuentran en la televisión de paga y que ayudan en la adquisición y alcance de un importante conocimiento y transformación personal.

El último capítulo, *Resultados de la investigación empírica*, está dedicado a describir por qué se escogió esta zona, para aplicar 20 entrevistas semi-estructuradas a profundidad, además, se realiza un análisis de las principales preguntas y respuestas. Para esta tesis fue importante desarrollar un trabajo de investigación que fuera capaz de mostrar resultados y respuestas a las preguntas y a los supuestos de investigación. Como se explicó en los primeros párrafos, este estudio inició con la pregunta ¿Cómo ha empezado a cambiar el entorno urbano de la colonia con la televisión de paga? y ¿Cuál es el peso social de la televisión restringida? Lo primero fue indagar si sólo era en la colonia donde habita el autor de esta tesis, o también esto sucedía en los alrededores.

Otro aspecto interesante del proyecto fue la recopilación de información: primero mediante la búsqueda bibliográfica; segundo a través de estadísticas; y tercero distintas técnicas de producción y análisis de la información durante el trabajo de campo. En un principio se tenía planeado realizar entrevistas estructuradas a personas específicas, pero en la Ciudad de México la gente desconfía de otras personas, y muchas de éstas argumentan que no tienen tiempo para un diálogo extenso, así que, se optó por cambiar a entrevistas personales semi-estructuradas con observación directa, para obtener datos significativos de los informantes. Se diseñó un cuestionario para el levantamiento de datos, las preguntas al principio eran largas y dificultaban la comprensión, así que se simplificaron y se enfocaron en

torno a los puntos clave: televisión de paga, consumo, ámbito social, aspecto simbólico. Se llevaron a cabo cinco entrevistas preliminares para valorar el nivel de confiabilidad, y corregir errores producto del cuestionario.

Se tocaron puertas exponiéndoles el motivo de la entrevista y el objetivo de la investigación. Al final, 20 personas amablemente accedieron a contestar preguntas, cabe destacar que las entrevistas se llevaron a cabo en casas habitación, y en unidades habitacionales, únicamente a quienes cuentan con el servicio de televisión de paga. Las entrevistas cuentan con elementos enriquecedores para desarrollar el análisis de datos.

Para ese análisis se recurrió a lo propuesto por Pierre Bourdieu con su texto *La Distinción*, el principal propósito consiste en aterrizar algunos de sus conceptos sobre sistemas de encasillamiento y las condiciones de existencia vinculadas a las prácticas culturales, en este caso, se intentaba conocer qué tanto la televisión paga se vuelve algo simbólico entre las personas y a qué grado termina por modificar su espacio social.

Ahora bien, se tenía planeado por varios medios realizar una entrevista con la empresa Dish México, después de varios intentos, la respuesta fue adversa, la negativa a una entrevista fue con el argumento de que, al ser una empresa privada, Dish tiene entre sus políticas institucionales una restricción para dar datos y entrevistas para tesis universitarias. Las ofrecen únicamente a periodistas y en ocasiones a través de boletines, son capaces de dar números. La recopilación de información fue a través de datos de la Cofetel, *blogs* dedicados a las telecomunicaciones, columnistas y expertos en el tema; además de un monitoreo constante en los principales diarios de circulación nacional, para cotejar los datos. Finalmente, hay un anexo dedicado a las transcripciones de las entrevistas intactas que se desarrollaron en la colonia Corpus Christi en la que se llevó a cabo el trabajo de investigación empírica.

Capítulo I La televisión Mexicana como constructora de identidad

Hoy más que nunca los medios de comunicación asumen un papel muy importante dentro de nuestro núcleo familiar, social, cultural y económico. Desde hace más de medio siglo la televisión ha ocupado un lugar preponderante en las actividades humanas. En la actualidad es uno de los medios de comunicación con mayor audiencia, y a pesar de los años se ha mantenido fuerte en el gusto del público.

“El Consejo Latinoamericano de Publicidad en Multicanales de TV de Paga (Lamac, por sus siglas en inglés) informó que los usuarios en México con acceso a televisión (TV) restringida destinan en promedio 3 horas con 29 minutos al día a este servicio, lo cual coloca al país como uno de los más dinámicos en América Latina. La televisión de paga alcanza hoy al 45 por ciento de la población a nivel nacional en México, lo que en números absolutos representa una población de 44.9 millones de personas”².

La televisión, como principal medio de difusión, influye al interior de las sociedades y culturas de todo el mundo, México por su puesto no es la excepción, los medios se transforman, lo que posibilita que en la actualidad exista un mayor acceso a teléfonos inteligentes, internet, televisión abierta, digital y de paga. Hay que destacar que con la entrada de esta última, se amplía el acercamiento de los televidentes a espectáculos teatrales, deportivos, culturales, programas educativos, ciertamente, este tipo de entretenimiento ya existe en la televisión abierta; sin embargo, la calidad, los contenidos, los comerciales y la producción, han cambiado el plano de la televisión en este país.

Con el paso de los años la televisión ha tenido que cambiar, desde los aspectos tecnológicos hasta los sociales, de igual forma, los espectadores se amoldan a la recepción de nuevas formas de entretenimiento e información. Las personas se crean una necesidad de los bienes, tanto materiales como intangibles, producidos por las industrias culturales, si se habla de televisión, ésta satisface el entretenimiento de las masas. El investigador inglés David Morley, menciona que hay un análisis de la apropiación de medios y construcción de

² Ramiro, Lucero. (2013) "Ven Usuarios 3.5 horas de tv de paga diario" en El Universal, [En Línea]. Disponible en <http://www.eluniversal.com.mx/finanzas/102127.html> (Fecha de consulta: 29 de abril de 2013)

sentidos, los mensajes no sólo comunican significados explícitos, sino que también contiene representaciones latentes.

“Con frecuencia se supone (sobre todo los emisores) que es la familia junta la que mira televisión en el hogar. Si bien esta suposición es bastante acertada, suele inducir otra cosa más discutible: la de <<mirar televisión en familia>> es una actividad pasiva en la que todos nos sentamos frente al televisor y absorbemos los mensajes que emite nuestro aparato. En realidad, podemos imaginar una cantidad de situaciones en las cuales surgen conflictos entre las personas que se encuentran en la misma habitación mirando televisión. Lo que a unos les interesa a otros puede aburrirlos”.³

Es indudable que las nuevas tecnologías han sido capaces de modificar las prácticas de comunicación, igualmente la evolución material de los medios masivos, va de la mano con la rápida adopción por parte de las personas hacia estas industrias culturales (v.g. cine, la televisión, los teléfonos, las computadoras conectadas a la red) se instala en las rutinas de la vida cotidiana de los individuos; a su vez éstos son capaces de construir un espacio intocable, con base en mercancías, producto de las necesidades vacuas.

En este primer capítulo se tratan temas fundamentales como la identidad y la manera en que la televisión, en su acepción de medio masivo de comunicación, ha adquirido un inusitado poder a lo largo de su historia y con mayor énfasis en la última década. La influencia que ejerce este medio en procesos sociales, culturales y políticos, obedece al alcance universal de sus contenidos, ya sean de entretenimiento, de información, o por su concentración.

Los avances tecnológicos son otro medio importante para que la televisión expanda su papel en las sociedades; sin embargo, este crecimiento es selectivo, sólo para aquellos con el poder adquisitivo, esto es, únicamente disponible para un fragmento de la sociedad. Estos nuevos sistemas digitales consisten en la alta definición, tercera dimensión, sin olvidar las nuevas características que se van integrando en los televisores, los arquetipos básicos evolucionan, con la intención de ofrecer la mejor calidad en audio e imagen. Las marcas

³ Morley, David "Interpretar televisión: la audiencia de Nationwide" en *Televisión, audiencias y estudios culturales*, Amorrortu, Buenos Aires, 1996, p. 111-147.

compiten con modelos que parecerían superfluos, no obstante, al ritmo que evolucionan las sociedades se vuelven fundamentales, pantallas de televisión conectadas a internet para visualizar videos, actualizar perfiles en las redes sociales, hacer videollamadas, sintonizar a través de la voz, son algunas de las singularidades más recientes, también, cabe destacar que gracias a estos avances y transformaciones la interactividad se incrementa.

Un ejemplo claro en el desarrollo de los sistemas digitales en nuestro país es la Televisión Digital Terrestre (TDT), si bien es cierto, que el proceso empezó en los años noventa, fue a comienzos de 2004 cuando se dio mayor énfasis hacia la TDT, y la manera en que éste debe suplir a la televisión análoga, lo cual se ha denominado como “apagón analógico”. Diversos países de Europa, América Latina, y del Norte, avanzan en torno a la conversión tecnológica. En el caso de los Estados Unidos adoptaron el sistema Advanced Television System Committee (ATSC). México emuló a los vecinos del norte, y optó por la misma norma, un alto porcentaje de ciudadanos estadounidenses ya disfrutaban del cambio tecnológico, caso contrario lo que sucede en nuestro país.

México, al principio, se había fijado como fecha límite para concluir la transición de la TDT en el año 2021; sin embargo, el (2/IX/2010), el presidente Felipe Calderón, publicó en el *Diario Oficial de la Federación* (DOF) el decreto para concretar la transición a la Televisión Digital Terrestre.

Los puntos más importantes de este decreto, son sobre la promoción y el desarrollo eficiente de las telecomunicaciones: radiodifusión sonora y televisión radiodifundida, además, señala que la convergencia tecnológica debe favorecer el uso y aprovechamiento del espectro radioeléctrico, mejorar la calidad de las señales, incrementar el número de canales de televisión que la población puede recibir, optimizar la recepción de señales, en beneficio de la sociedad, las ventajas son extraordinarias; en contraparte, entre las desventajas estaba la fecha de transición de la televisión analógica a la TDT, se acortaba el plazo de 2021 a 2015. El Congreso de la Unión promovió controversias constitucionales contra el decreto presidencial, como consecuencia originó su cancelación. La Suprema Corte de Justicia de la Nación (SCJN) atendió la controversia y suspendió, en febrero de 2011, el decreto

provisional, y en junio de este mismo año en una sesión y con mayoría (tres votos contra dos), la Primera Sala de la Corte, confirmó la determinación emitida por la ministra Olga Sánchez Cordero.

Finalmente a unos meses de terminar su mandato el presidente Felipe Calderón publicó (DOF, 4/V/2012) el acuerdo para finalizar las transmisiones analógicas, que debe realizarse entre el 6 de abril de 2013 y el 31 de diciembre de 2015. Señala que la Televisión Digital Terrestre tiene el potencial de favorecer la optimización en el uso y aprovechamiento del espectro radioeléctrico, mejorar la calidad de las señales, incrementar el número de programas de televisión que la población puede recibir, mejorar la confiabilidad para captar las señales, así como generar condiciones para el desarrollo de la convergencia en beneficio de la sociedad.

1.1 El concepto de identidad

La identidad como actitud individual y colectiva, es sustancial para construir sociedades con orientaciones cognitivas, representaciones simbólicas, bajo un sistema de valores culturalmente compartido en la realidad social; la identidad está asociada a la cultura como productora en el intercambio de significados. Las prácticas y los bienes que se consumen son globales, ciertamente, la identidad es una pareja conceptual indisociable de la cultura, pues, afirma Gilberto Giménez, “las identidades sólo pueden formarse a partir de las diferentes culturas y subculturas a las que se pertenece o en las que se participa”.⁴

Por lo tanto, cada país tiene características especiales, nuestra identidad sólo puede consistir en la apropiación distintiva de ciertos repertorios culturales que se encuentran en nuestro entorno social, grupal y familiar, al igual que el idioma, las costumbres, la religión. En un espacio determinado destacan necesidades económicas, políticas, y sociales:

“Las representaciones sociales también implican la representación de sí mismo y de los grupos de pertenencia que definen la dimensión social de la identidad. Por lo demás, los procesos simbólicos se comportan, con una lógica de distinciones, oposiciones y

⁴ Giménez Montiel, Gilberto, *Estudios sobre la cultura y las identidades sociales*, CONACULTA-ITESO. México 2007, p.54.

diferencias, uno de cuyos mayores efectos es precisamente la constitución de identidades y alteridades (u otredades) sociales”.⁵

Por esta razón, el autor destaca que existen identidades individuales, grupales o colectivas, además de rasgos culturales distintivos dentro de cada uno de estos actores sociales.

La identidad se predica en sentido propio solamente de sujetos individuales dotados de conciencia, memoria y/o psicología propias, y sólo por analogía de los actores colectivos, como son los grupos, los movimientos sociales, los partidos políticos, la comunidad nacional y, en el caso urbano, los vecindarios, los barrios, los municipios y la ciudad en su conjunto: “Dichos caracteres, marcas y rasgos derivan, por lo general, de la interiorización selectiva y distintiva de determinados repertorios culturales por parte de los actores sociales. Por lo que puede decirse que la identidad es uno de los parámetros obligados de los actores sociales y representa en cierta forma el lado subjetivo de la cultura”.⁶

Es por eso que la identidad es una parte fundamental de la cultura, no sólo en la construcción de sociedades, sino también, en la creación de espacios sociales donde cada agente ocupa una posición; por ejemplo, los individuos son capaces de elegir su religión, música, grupo de amistades, pasatiempos (v.g. leer, escuchar la radio, y ver televisión) con estas características cada persona ve de distinta manera el entorno social, en otras palabras, pequeñas adscripciones que nos diferencian unos de otros y nos permiten elegir las afinidades con otros individuos.

Así pues, entre los “agentes sociales” surgen nuevos gustos y construcciones culturales, esto es, lo tradicional y lo moderno se mezclan, por ejemplo, las personas consideran que las futuras generaciones -posiblemente sus hijos- se deben integrar social, tecnológica y culturalmente a las industrias culturales. Estas nuevas remodelaciones combinan varias identidades: no obstante, existen cambios predominantes en la vida social, ocasionados por la globalización, los procesos culturales y los circuitos vía satélite e informáticos, que fragmentan los modos de vida.

⁵ Giménez Montiel, Gilberto, *Teoría y Análisis de la Cultura, Volumen I*, CONACULTA, México, 2005, p. 89.

⁶ *Ibid*, p. 90.

Hay varios significados culturales que se vuelven cambiantes y poco estables en los individuos. Gilberto Giménez percibe que los individuos están sumergidos en un mar de significados, imágenes y símbolos de nuestro entorno cultural: país, familia, lugar de estudio o trabajo, gustos específicos (comida, vestimenta, música, programas televisivos, creencias religiosas) espacios públicos.

Considerando lo anterior, existe un proceso fundamental de intercambio por parte de individuos y consumidores, que surge de las mercancías o bienes (internet, dispositivos móviles, televisión de paga) de las que no tienen inmediata necesidad, pero, que pueden ser empleadas para obtener lo que desean. Hoy en día, se vuelve cada vez más común que los individuos se vean incitados a comprar mercancías que no necesitan, influenciados por los factores sociales y la diversidad cultural.

Si bien se habla del concepto de identidades individuales, como poseedores de conciencia, memoria y psicología propias, estos mismos elementos son aplicados, a las identidades grupales o colectivas. Gilberto Giménez afirma que mientras los individuos enfatizan ciertas diferencias, los colectivos destacan las semejanzas, aunque ambos se amalgaman para constituir la identidad única. Por su parte, Edgar Morin señala que la identidad individual se nutre y enriquece en un entorno familiar por su conformidad y pertenencia, formada por los rasgos singulares que lo diferencian de todos los demás individuos. Estas singularidades se diversifican y se multiplican.

De acuerdo con Gilberto Giménez hay cierto grado de unión emocional en la definición que permite a los individuos sentirse parte de una comunidad. La identidad colectiva define la capacidad para la acción autónoma, así como la diferenciación del actor respecto a otros dentro de la continuidad de su identidad. Pero también aquí la auto identificación debe lograr el reconocimiento social si quiere servir de base a la identidad.

1.2 Los medios de comunicación como constructores de identidad

Hay que detallar por qué los medios de comunicación tienen un papel muy importante en la sociedad, éstos refuerzan valores, ideas y prácticas que proporcionan a los individuos, a través de sus contenidos, al mismo tiempo son capaces de instaurar estereotipos. El público está expuesto a los efectos e influencia de los medios de difusión. En la mitad del siglo pasado las principales fuentes de información eran la prensa escrita, la radio, la televisión y los cines, con las innovaciones tecnológicas se han fomentado nuevos hábitos en relación con estos, la pantalla chica es una pieza fundamental, y ha fortalecido su hegemonía, se ha convertido en un medio de difusión que penetra en las sociedades.

Los medios masivos de comunicación son indispensables en gran parte de la humanidad. Hay cinco medios masivos con distinto nivel de popularidad la radio, la prensa escrita, el cine, la televisión (abierta, y/o de paga), e internet, y todos estos han pasado a formar parte esencial en la cotidianidad de un número cada vez mayor de personas, ya sea individual o colectivamente; estos medios evolucionan a una gran velocidad y está intrínsecamente ligados a varios sectores de la vida social, en los ámbitos nacionales y a nivel mundial. La globalización por su parte, asume un rol social bastante significativo en la promoción de intereses externos.

Mención aparte merece internet. Si bien sus inicios datan de hace más de cincuenta años, el verdadero auge empezó hace menos de veinte años. En la actualidad gracias a la digitalización, internet es capaz de concatenar la radio, los periódicos y la televisión. Pese a que, es una de las herramientas más útiles, su uso está circunscrito exclusivamente a las personas que tienen acceso a este medio, de acuerdo al Estudio de la OCDE sobre políticas y regulación de telecomunicaciones en México, que se dio a conocer en 2012, menciona que la banda ancha es muy cara y las velocidades son muy lentas, el INEGI publicó que en 2012 sólo el 26 por ciento de la población tiene conexión a internet. De manera que, aún existe un rezago en este sector, además, el hecho de tener acceso a la red no garantiza que todos sepan utilizar este espacio para evaluar los distintos contenidos que se albergan ahí.

Es innegable la importancia e integración de la televisión con las innovaciones tecnológicas que han sido veloces y consistentes. De los aparatos analógicos se pasa a los digitales, de los pesados y rudimentarios a la recepción de señales en pantallas de teléfonos móviles o en internet. Los medios tienen un rol importante en la sociedad actual, nos dan una visión del mundo y nuestro entorno; además, están presentes en los cambios sociales, sólo por mencionar un ejemplo, entre el vínculo que tienen la televisión abierta y de paga con las redes sociales, un programa de televisión puede generar conversación entre personas que no se conocen, y por si fuera poco, puede volverse uno de los temas más populares en las redes sociales.

Guillermo Orozco menciona que cada vez más la televisión es asumida como una institución social que se vuelve capaz de producir, articular, legitimar y diseminar, todo tipo de información, por su parte, la cultura es el espacio donde interactúan estos comportamientos, se pueden consumir o rechazar, aunque finalmente son los espectadores los que dotan de sentido lo que absorben, sobre todo de un medio tan importante como la pantalla chica, que es capaz de enviar mensajes y formas simbólicas a los espectadores, a su vez éstos se apropian de los significados distribuyéndolos en su entorno. Un programa televisivo es capaz de moldear y crear un estereotipo social.

1.3 La llegada de la televisión a México

La televisión es uno de los medios de comunicación que desde su nacimiento se ha desarrollado con más ímpetu. En México la llegada de la pantalla chica oficialmente data de 1950, con antelación se instauraron las bases para el desarrollo de la televisión comercial en nuestro país. La historia de este medio de comunicación en nuestro país llegó en décadas anteriores, durante el mandato del presidente Lázaro Cárdenas, técnicos mexicanos entre ellos el ingeniero Guillermo González Camarena experimentaban con la transmisión de imágenes a distancia.

En el país comenzaban las transformaciones, la gente emigraba de los pequeños pueblos a las grandes ciudades, había crecimiento del producto interno bruto, estabilidad en el tipo de cambio y en el nivel de precios durante la década de los cincuentas. Un rasgo que vale la pena destacar, es que el crecimiento económico se hizo en gran medida con recursos internos, es decir, sin recurrir a préstamos extranjeros. En 1959 la deuda pública externa era de apenas 649 millones de dólares, ese crecimiento fue posible en buena medida y gracias a los apoyos gubernamentales en infraestructura, energía y comunicaciones. La inversión privada aumentó sobre la base de una economía fuertemente protegida de la competencia exterior. A partir de 1958 y hasta 1970 la economía creció a altas tasas con estabilidad de precios o baja inflación. Es lo que se conoce como “desarrollo estabilizador”.

Durante esta época, eran pocas las personas que contaban con una pantalla chica en sus hogares, sólo las familias que tenían un mejor nivel de vida gozaban de ese privilegio, el rápido desarrollo en que se vio envuelto el país, permitió que con el paso de los años la gente de limitados recursos económicos adquiriera un televisor, de igual forma, se sentaron las bases que posibilitaron las transformaciones en la sociedad “Los dos primeros años de la televisión mexicana fueron difíciles, debido a que sólo existían cinco mil aparatos receptores en todo el país, mientras tanto en Estados Unidos la cifra era de 10 millones. Para 1952 la cantidad de aparatos aumentó a 20 mil. Los precios de los televisores modelo 1951 fluctuaban entre dos mil 500 y tres mil pesos”⁷. Los avances tecnológicos propiciaron un aumento en hogares con televisión en los años posteriores.

1.4 La televisión mexicana fomenta parte de la identidad

Se puede pensar que una televisión gratuita implica mala calidad y una televisión gravosa mejor calidad o viceversa, hay que recordar que es un negocio y cada empresa escribe y realiza sus propios proyectos en aras de atrapar al espectador, por si fuera poco hay que considerar que también se hace para conseguir ingresos.

⁷ Fernando Mejía Barquera, “Del canal 4 a Televisa” en *Apuntes para una historia de la televisión mexicana*, Coord. Espacio 98-Revista Mexicana de Comunicación, México 1998, p. 28.

Florence Toussaint⁸, señala que el alma de un consorcio televisivo reside en su programación. El secreto de su poder está en la capacidad para seducir, en las fórmulas de su política. Capturar, conocer el alma, es restarle poder. Un medio de comunicación tradicional como la televisión a través de sus programas y contenidos produce un intercambio de significados e interacciones, mediante los distintos estilos de vida, sus prácticas, y los bienes que son cada vez más globales en las sociedades. Es capaz de adquirir cierta identidad y crear estereotipos. Por ejemplo, en la telenovela el espectador tiene la posibilidad de identificarse con los personajes del drama, seguir la historia y quedar atrapado, florecen sentimientos, se instauran modas –en la manera de hablar o vestir- en la búsqueda de una identidad propia que finalmente recaerá en una colectiva.

La televisión en México y en el mundo tiene un papel preponderante en las sociedades como un espacio para los programas de interés público o cultural, además, se ha convertido en un vehículo con programas de todos los lugares posibles en el mundo, para exportar e importar los contenidos. En capítulos venideros se explica con más detalle los conceptos de Televisión Estatal, Cultural y Universitaria.

A nivel mundial, la identidad de la televisión mexicana ha sido percibida gracias a la televisión comercial. México se ha caracterizado por ser uno de los principales productores de programas melodramáticos, es decir, las telenovelas. Otros países de América Latina (v.g. Colombia, Venezuela, Brasil) han constituido estos programas como espacios de manifestaciones de las prácticas sociales.

“Al melodrama como género literario y a la telenovela como formato industrial (que lo conlleva) se asocian algunas de las claves más significativas de la identidad de los sujetos sociales-audiencia contemporáneos. A veces reproduciendo y otras desordenando los dispositivos de narración y expresión oral y visual vigentes, la telenovela ha inducido reconocimientos identitarios en múltiples segmentos de audiencia, a la vez que ha construido, reproducido y recreado prototipos de clase, de género, de raza y de edad,

⁸ Florence Toussaint, “Televisa: una semana de programación/ ¿Mente sana en cuerpo sano?” en *Televisa el Quinto poder*, Coord. Raúl Trejo Delarbre, Claves Latinoamericanas, México, 1989, p.40.

incluso ancestrales, petrificado y perpetuado rasgos y características culturales no deseables, como el machismo”⁹

Las dos principales televisoras de México, Televisa y Tv Azteca ante los cambios tecnológicos, políticos, culturales y sobremanera en la audiencias, han hecho su parte y han reestructurado su barra de programas, incluso de sus propios melodramas, que son un basamento de ambas empresas. No sólo en este país, de igual modo en América Latina y curiosamente en Estados Unidos para el público de habla hispana, las telenovelas son productos culturales que circulan en el mundo y en todas las clases sociales. Por eso las empresas mexicanas han emprendido una renovación constante en sus contenidos, de hecho, han comprado a cadenas extranjeras nuevos formatos para su programación, en otras palabras, copian la historia de una telenovela que se realizan en otro países, para después transformar los guiones en versiones mexicanas, incluso han retomado proyectos que en décadas pasadas ya les dieron resultado para adaptar nuevas versiones. Para muestra en la página de Ibope¹⁰ los programas más vistos en la televisión abierta son las telenovelas suelen ocupar mínimo tres lugares dentro de los diez programas más vistos.

En la República Mexicana los géneros como melodramas, programas de espectáculos, entretenimiento, y los *reality shows*, han demostrado ser el sostén de las televisoras; por su parte, las telenovelas lo han sido por más de 50 años. Para un amplio sector de la población se construyen identidades individuales y colectivas; sin embargo, la importación de los contenidos extranjeros (sobre todo estadounidense) significan para los consorcios más horas de programación, en muchos casos es mejor adquirir los derechos de programas extranjeros, doblarlos al español para su transmisión y en el aspecto económico les resulta más barato que verse obligados a producir un producto regional.

⁹ Orozco Gómez, Guillermo, “La telenovela en México: ¿de una expresión cultural a un simple producto para la mercadotecnia?” En *Comunicación y Sociedad*. Número 6, julio-diciembre, 2006, p. 11-35.

¹⁰ Sitio web de Nielsen IBOPE México (IBOPE AGB, México) <https://www.ibopeagb.com.mx> (Fecha de consulta: 02 de Febrero de 2013).

Un ejemplo, la Secretaría de Seguridad Pública (SSP) invirtió 118 millones 116 mil 880 pesos, por una serie de corte policiaco nombrada “El Equipo”¹¹ el gobierno mexicano auspició la serie, ésta abarcó sólo 15 capítulos en televisión abierta con cobertura nacional, no obstante, la ola de críticas no se hizo esperar, principalmente por utilizar recursos públicos para enaltecer la lucha contra el crimen organizado, posteriormente por el costo, y al final, la baja popularidad del programa.

Con las series extranjeras las televisoras son cautelosas pues tienen que encontrar las que se adapten a su perfil, debido a que éstas se vuelven un espacio importante en la parrilla de programación. Todas las series se transmiten primero por canales de televisión de paga, es un buen filtro para elegir las, porque no significa que tendrán el mismo éxito que en sus países de origen, o el renombre que alcanzan en la televisión de paga, se debe añadir que existen programas con diálogos y escenas pasados de tono, lo cual dificulta que puedan ser transmitidas en la televisión abierta, o al menos en horario *prime time*. Aun así cada espectador interpretará y dará sentido a las cosas según ciertas ideas, convicciones y creencias.

Es indudable que la televisión satelital nutre de programación al mercado nacional, dentro de este contexto, es innegable la influencia que tiene la televisión comercial sobre el público, mientras en otros países hay un fortalecimiento de las instituciones públicas en México el control únicamente es para las mismas empresas. Si bien es cierto, que en otros países la televisión ha dejado de estar a cargo del gobierno para convertirse en pública, en México la televisión estatal ha sido maltratada a lo largo de los años, Raúl Trejo Delarbre escribió:

“La televisión mexicana, aunque se encuentra notablemente influida por la programación de su homóloga estadounidense, tiene poca relación con el sistema de propiedad y con los equilibrios sociales y políticos que afectan a la Tv norteamericana. El modelo de televisión mexicano tampoco se parece al de los países de Europa Occidental, en donde, por muchos años, la presencia gubernamental fue tan dominante que, en los años ochenta la sociedad pugnó por una desregulación”¹²

¹¹ Sitio web de Televisa (Televisa, México) <http://televisa.esmas.com/entretenimiento/programastv/el-equipo/> (Fecha de consulta: 10 de septiembre de 2011).

¹² Trejo Delarbre, Raúl. *Ver pero también leer*, ed. Gernika S.A, México, 1991, p. 70.

1.5 Los primeros canales y empresas de televisión abierta en México

El presidente Lázaro Cárdenas fue clave en el desarrollo de los medios de comunicación, dado que apoyó los primeros experimentos del ingeniero Guillermo González Camarena. Inicialmente la empresa que recibió una concesión para poder transmitir su señal abierta en la Ciudad de México corrió a cargo de Televisión de México S.A, a Canal 4 se le asignaron las siglas XHTV y el primer evento en el que participó fue un 1 de septiembre de 1950, al cubrir el cuarto informe de gobierno del presidente Miguel Alemán Valdés.

Televimex, S.A. propiedad de Emilio Azcárraga Vidaurreta dueño de las estaciones de radio XEW, XEQ, y con acciones en Radio Programas de México, obtuvo la concesión para poder operar la señal del Canal 2, éste inicio transmisiones el 21 de marzo de 1951 en un evento de beisbol.

Por su parte, el ingeniero González Camarena estuvo a cargo de la tercera cadena, a través de Canal 5 XHGC y su empresa Televisión González Camarena S.A. La apertura de canales ocasionó que los habitantes realizaran un gran esfuerzo para adquirir una pantalla chica, esto es, de una población de 25,791,017 que registró el séptimo Censo General de Población de 1950¹³ sólo cinco mil familias lograban captar la señal a través de sus televisores, es sencillo imaginar que tener un nuevo aparato que podía transmitir imágenes en movimiento con sonido, impresionaba a los vecinos. Es cierto que todo eso se encontraba en proyecciones de cine; sin embargo, había pequeñas diferencias que poco a poco comenzarían a distinguir a cada uno. Bastaba con comprar la pantalla chica para poder observar los pocos programas de esa época, se puede decir que lo más costoso en aquel entonces era invertir en el televisor.

Un hecho interesante fue la fusión entre Televisión de México S.A. propiedad del empresario Rómulo O'Farrill y Televimex, S.A. de Emilio Azcárraga Vidaurreta, esa unificación dio origen a Telesistema Mexicano S.A. (TSM).

“A principios de febrero de 1955, los señores Azcárraga, O'Farrill y González Camarena firmaron un convenio mediante el cual los canales 4 y 5 instalarían sus oficinas y su equipo

¹³ Sitio web del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI, México). <http://www.inegi.org.mx/> [Fecha De consulta: 28 de junio de 2011] Anuario Estadístico de los Estados Unidos Mexicanos 1951-1952.

técnico en el edificio de Televisión y transmitirían desde ahí a partir de marzo de ese año, pagando en el caso del 4, una renta a Emilio Azcárraga Vidaurreta.”¹⁴

A partir de lo anterior, TSM comenzó a expandir su señal por varios estados del país, el señor Azcárraga continuó con su inversión para mejorar la potencia de la señal, para 1959 TSM había ampliado su red televisiva a 20 estados, también el Gobierno Federal contribuyó en la aportación de una red de microondas para interconectar las diferentes repetidoras de TSM.

Durante estas décadas se notó la mancuerna entre TSM y Gobierno Federal, para poder llevar las señales de televisión a varios rincones de la República Mexicana, de igual forma es loable como la compañía de Emilio Azcárraga Vidaurreta, logró en 1961 expandirse a la zona sur de los Estados Unidos, alcanzó injerencia no sólo en territorio nacional. Inmediatamente fijó sus objetivos en el público hispanoparlante que habitaba en ciudades como Los Ángeles y San Antonio.

En 1960 el ejecutivo publicó en el *Diario Oficial de la Federación* (DOF) (19/I/1960) la *Ley Federal de Radio y Televisión*. El investigador Fernando Mejía Barquera menciona que entre sus principales características se encuentra el derecho a la libertad de expresión, que estaba vedado para la radio y la televisión, éstas dejaban de ser consideradas como prestadoras de servicio público y se convirtieron en prestadoras de un servicio de interés público, con concesiones de hasta 30 años para operar comercialmente estaciones de radio y televisión.

Otro paso primordial para la televisión mexicana fue dado el 8 de febrero de 1963 a través del Canal 5 se llevó a cabo la primera transmisión a color con un programa grabado:

“González Camarena indicó que si la Secretaría de Comunicaciones y Transportes aceptaba el sistema bicolor simplificado como norma técnica para la televisión cromática en México, la producción en serie de aparatos receptores podría comenzar en dos años. Según el ingeniero jalisciense su sistema era más barato que el estándar estadounidense de TV a

¹⁴ Fernando Mejía Barquera, “Del canal 4 a Televisa” en *Apuntes para una historia de la televisión mexicana*, Coord. Espacio 98-Revista Mexicana de Comunicación, México 1998, p. 30.

colores que en ese momento estaba siendo estudiado por la SCT para ver la posibilidad de adoptarlo en nuestro país”¹⁵

Por otro lado, TSM comenzó a formar un fuerte emporio de las telecomunicaciones, a través de la televisión y la radio (XEW creada en 1930). Para noviembre de 1972 un hito histórico en México, Telesistema Mexicano y Televisión Independiente operadora del Canal 8 se unieron para formar Televisión Vía Satélite SA, mejor conocido como Televisa, inició oficialmente el 8 de enero de 1973, el presidente de la corporación era Emilio Azcárraga Milmo.

1.6 Televisión Pública, Cultural y Universitaria

Además de la televisión privada, en México hay otro modelo, aquel que no tiene un fin comercial; su objetivo es promover y producir temas culturales y educativos de nuestro país. En sus inicios la televisión fue concebida para su uso comercial; sin embargo, el presidente Miguel Alemán, estableció bases que ampliarían las posibilidades para incidir en el ámbito educativo y artístico, a través de la televisión.

El 15 de diciembre de 1958 el gobierno otorgó un canal al Instituto Politécnico Nacional para realizar pruebas, específicamente el Canal 11; sin embargo, fue hasta el 2 de marzo de 1959 que inició operaciones. Se le asignaron las siglas XEIPN, sus primeras emisiones televisivas fueron puramente educativas, por ejemplo un programa transmitido fue una clase de matemáticas impartida por el profesor e ingeniero Vianey Vergara. Posteriormente dentro del aspecto estrictamente académico, se transmitieron cursos de inglés, francés y ciencias sociales con el objetivo de darle un uso diferente a la televisión. Esto demuestra que la televisión como medio de comunicación se volvió pieza fundamental en el acontecer de nuestra sociedad.

Como al principio la señal del Canal 11 no llegaba a toda la ciudad de México, se colocaron en los domicilios pequeñas antenas fabricadas por los propios técnicos de la televisora. Fue así como los estudiantes del IPN jugaron un papel fundamental como red de

¹⁵ *Ibidem* p. 43.

apoyo inmediata. Este canal ha tenido poca cobertura desde sus inicios, de hecho, se ha ampliado la extensión territorial del servicio en los últimos años. La muestra más reciente fue el 12 de julio de 2010, cuando el presidente Felipe Calderón anunció que se extendería la cobertura de Canal 11 mediante un convenio con el Organismo Promotor de Medios Audiovisuales (OPMA), dependiente de la Secretaría de Gobernación (creado el 31 de marzo del mismo año). La cobertura de la señal dentro del territorio nacional pasaría del 28 por ciento al 42 por ciento, un aumento considerable. Expertos, académicos, y sociedad alabaron el fortalecimiento de los medios públicos, no obstante, del otro lado de la balanza el anuncio del presidente se dio en un contexto de elecciones en distintos estados de la república.

Lo que le da carácter de público a un medio es, en primer término, su naturaleza jurídica, es decir, la manera en que es conceptualizada y delimitada por una ley o normatividad específica. Por otra parte, está su función de servicio a la sociedad y sobre todo la pluralidad informativa, cultural, étnica, política y social. “La noción de servicio público es entonces una de las funciones, que caracteriza, al menos en su definición, a muchos de los llamados medios públicos”¹⁶.

Actualmente Canal 11 cuenta con más de medio siglo de vida, además es considerada una de las televisoras públicas más antiguas de América Latina. Con el paso de los años ha modificado su programación, pero firme en el propósito de satisfacer las necesidades de entretenimiento de los televidentes, por ejemplo en temas de política, economía, medio ambiente, arte, salud y ciencia.

Patricia Fernández señala que durante las década de los cincuenta se iniciaron las gestiones para la adquisición de un canal por parte de la Universidad Nacional Autónoma de México UNAM, de hecho, produjo sus primeros programas en 1955. La serie que salió al aire se llamó Información Profesional, daba orientación vocacional a los estudiantes que deseaban ingresar a la Universidad, además, mostró con el paso de los años infraestructura, producción universitaria, y fortalecimiento de la identidad nacional.

¹⁶ Ortega, Patricia. *La otra televisión. Por qué no tenemos televisión pública.*, editorial E, México D.F 2006.

A finales de 1984 se firma un nuevo convenio UNAM-Televisa, que fue ampliamente cuestionado por la comunidad universitaria. Esta crítica hizo resurgir la discusión en torno a los canales de difusión que debería tener la programación universitaria. A finales de 1985 se firma un convenio con Imevisión, que establecía tiempos de transmisión matutina y vespertina por Canal 13 para la programación de la UNAM, con repeticiones a través del Canal 7 en diferentes días y horarios. También se realizaron coproducciones con la intervención de personal del Canal 13 como comentaristas, tal fue el caso de la serie Goya Universidad.¹⁷.

Durante muchos años los presidentes en turno se han olvidado de los medios públicos y educativos, a través de bajos presupuestos, poca infraestructura y menosprecio. Ciertamente hay otras prioridades en el país; sin embargo, los avances tecnológicos que se dan, tienen que ir de la mano con el apoyo del gobierno federal y no imitar el modelo de la televisión comercial.

Canal 13 inició operaciones el 1 de septiembre de 1968 con la difusión del cuarto informe de gobierno del presidente Gustavo Díaz Ordaz. Paralelamente sirvió para transmitir la inauguración de los Juegos Olímpicos efectuados en nuestro país durante el mismo año. El canal fue concesionado al presidente de Grupo Radio Centro, Francisco Aguirre Jiménez; sin embargo, conforme fueron avanzando los años el Estado tomó una participación de acciones, su objetivo era tener un canal oficial. Durante los primeros años del sexenio de Luis Echeverría Álvarez, se fijó como objetivo inicial un canal propio para su gobierno.

Hay que recordar que luego de los disturbios y la represión estudiantil de 1968, el Estado mexicano era cuestionado por la poca capacidad para dirigir el rumbo del país y por minimizar a los estudiantes desaparecidos, entre otras cosas cuestionables.

“Después de 1968 fue evidente que el régimen político era cada vez más incapaz de encabezar a una sociedad urbanizada, plural, ilustrada y, sobre todo, inconforme y carente de medios para expresar sus puntos de vista. Esto último se relacionaba con uno de los rasgos más evidentes de la vida política: el férreo control gubernamental sobre los medios

¹⁷ Fernández, Patricia. “Televisión Universitaria de la UNAM” en *Apuntes para una historia de la televisión mexicana*, Coord. Espacio 98 Revista Mexicana de Comunicación, México D.F, 1998, p. 346.

de comunicación tanto impresos como televisivos. La figura del periodista Jacobo Zabłudowsky, conductor del noticiero televisivo más influyente durante décadas, es ilustrativa de ese control informativo”.¹⁸

Fue el 15 de marzo de 1972 cuando se llevó a cabo la estatización de Canal 13, éste sería parte de Televisión de la República Mexicana (TRM) su propósito principal era llegar a las zonas rurales y marginadas del país. En 1977 ya bajo el mandato de José López Portillo, Canal 13 fue resectorizado en la Secretaría de Gobernación, además se creó la Dirección de Radio, Televisión y Cinematografía (RTC) y estaría a cargo de Margarita López Portillo hermana del presidente en turno, esto generó críticas en contra de la nueva titular de la RTC por su poca experiencia y el parentesco.

“No había una definición claramente establecida, lo cual provocaba contradicciones, ya que unas veces se dedicaba a tratar de satisfacer las necesidades culturales o políticas de la sociedad, y en otras se caía en el extremo, complementando lo realizado por Televisa. Parte de ese desastre habría que atribuírselo a Margarita López Portillo quien estuvo a cargo de RTC, de 1977 a 1982”¹⁹.

Durante varios años Canal 13 tuvo lapsos de acontecimientos favorables y adversos, para darle solidez a un proyecto de medios públicos del gobierno, el 24 de marzo de 1983, durante el sexenio de Miguel de la Madrid Hurtado, se creó el Sistema de Comunicación Social del Gobierno Federal, los institutos de la Radio (IMER), Televisión (IMEVISIÓN) y Cine (IMCINE). A Imevisión lo conformaron; Canal 13, las redes de Televisión de la República Mexicana, Canal 8 de Monterrey, Productora Nacional de Radio y Televisión (Pronarte) el cual en 1985 se transformó en Canal 7, y la Teleproductora del Distrito Federal.

Pareciera que es la misma historia con los medios de comunicación públicos o estatales, algunos presidentes prefieren fortalecerlos, mientras que a otros no les interesa, como se mostró en 1988 cuando el presidente en turno, Carlos Salinas de Gortari, aplicó profundas medidas de afianzamiento político en distintos sectores privatizando varias paraestatales.

¹⁸ Escalante Gonzalbo, P, et. Al. *Nueva Historia mínima de México*. El Colegio de México, México, 2008. p. 511.

¹⁹ Olmos, Alejandro. “Del Canal 13 a Tv Azteca” en *Apuntes para una historia de la televisión mexicana*, Coord. Espacio 98 - Revista Mexicana de Comunicación, México D.F, 1998, p. 110-111.

El país venía arrastrando la crisis de financiera de 1982, además del sismo de 1985 que agravó los problemas económicos y sociales, sin olvidar la poca legitimidad con la que Salinas de Gortari llegó a la silla presidencial. Éste decidió controlar la inflación reduciendo los gastos de empresas gubernamentales, y entre las decisiones más polémicas estuvieron la privatización de Teléfonos de México, la banca e Imevisión. Fue entonces que el 18 de julio de 1993, a través de una subasta y después de permanecer cerca de 20 años bajo la administración del Estado, el Canal 13 y Canal 7 pasaron al sector privado. Ricardo Salinas Pliego propietario de tiendas de muebles, pagó al gobierno la cantidad de 650 millones de dólares por los canales 13 y 7, de igual forma la cadena de salas Cinematográficas Compañía Operadoras de Teatros SA, y los Estudios América. A partir de ese momento dejaría de llamarse Imevisión para transformarse en Tv Azteca. Cabe destacar que hubo varios concursantes en esta licitación, por ejemplo, Arnoldo Cabada de la O, con amplia experiencia en medios de comunicación, pues era dueño del Canal 44 de Ciudad Juárez Chihuahua desde 1980, y con injerencia en la radiodifusión, no pudo obtener la concesión, porque el gobierno inclinó su balanza hacia Salinas Pliego.

Uno de los canales de más reciente creación es el canal 22, éste surgió durante el sexenio de Carlos Salinas de Gortari, antes de que Imevisión fuera privatizada. El Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (Conaculta) desde entonces tiene a su cargo dicho proyecto, realizó sus primeras transmisiones en junio de 1993 como televisora pública de carácter cultural.

Los medios públicos son un tema clave para la reflexión sobre la democracia contemporánea:

“Hoy podemos afirmar que el tema de los medios públicos del Estado y el de los medios públicos ha dejado de estar ausente en el debate público. Seguramente esto se debe a que hay cada vez mayor preocupación en ciertos sectores sociales por la desmesurada expansión que ha alcanzado el modelo de comunicación comercial y los excesos de los

grandes consorcios de medios, lo que ha ocasionado que no sólo en nuestro país sino en el mundo haya aumentado el interés por buscar opciones en los medios públicos”²⁰.

El ciudadano tiene capacidad de elección; sin embargo, para elegir hay que tener opciones, por ello se debe multiplicar la oferta de programas, canales y sobre todo de televisoras. Se puede hacer una buena propuesta de televisión pública, pero en México es muy complicado.

“La libertad de elección será efectiva cuando haya un abanico de productos que liberen de la espada de Damocles que pende sobre el producto de consumo de penetración rápida y le demos tiempo a entrar en contacto con el público. Sólo después de probar y probar un producto excelso, un paladar se adapta a valorar sus cualidades; no es diferente en la cultura. Estoy, por eso, a favor de dar diversidad en la oferta”²¹.

²⁰ Ortega, Patricia. “Medios de Estado, una transición incompleta” en *Retos y perspectivas de la comunicación en el marco de la Reforma del Estado*, Fundación Konrad Adenauer, México D.F, 2005, p. 93.

²¹ García Canclini (2008) “Cinco Dudas Sobre La Televisión Cultural” en *Adaptándose a los nuevos tiempos* Disponible en: <http://www.atei.es/recursos/doc/canclini.pdf> (Fecha de consulta: 30 de Mayo de 2011).

Capítulo II La televisión restringida

La televisión por cable se originó en los Estados Unidos, a finales de los años cuarenta. De acuerdo con la *Broadband Cable Association of Pennsylvania*²² la televisión por cable, conocida formalmente como Antena de Televisión de la Comunidad (*Community Antenna Television*, CATV por sus siglas en inglés) nació en las montañas de Pennsylvania a finales de 1940. En ese momento, había pocas estaciones de televisión, además éstas se encontraban principalmente en las grandes ciudades. Las personas que vivían alejadas de los centros urbanos a veces no podían captar alguna señal en sus aparatos receptores.

John Walson, propietario de una tienda de electrodomésticos en la pequeña ciudad de Mahanoy City (condado de Schuylkill), tuvo dificultades para vender los aparatos de televisión a los residentes locales, debido a que la recepción en la zona era muy limitada. El problema fue que la señal que recibían provenía de la ciudad de Filadelfia, lo que dificultaba la recepción de las transmisiones debido a que sufrían interferencias por las montañas que rodeaban la ciudad, es decir, en un valle de 90 millas era prácticamente imposible la recepción, excepto en las orillas de la ciudad.

Para solucionar este problema de recepción, el señor. Walson puso en junio de 1948 una antena en la parte superior de una montaña cercana. A través de cables de antena de conductores gemelos conectados directamente a su tienda, las señales de televisión fueron recibidas. Una vez que los residentes locales vieron estos primeros resultados, las ventas de televisores se dispararon. Walson trabajó para mejorar la calidad de la imagen mediante el uso de cable coaxial y "boosters" (amplificadores) de producción propia con el fin de llevar la televisión por cable, a los hogares de los clientes que compraban los aparatos de televisión.

En México los primeros registros de televisión por cable ocurrieron inicialmente en las ciudades fronterizas con Estados Unidos. Los servicios de televisión restringida en nuestro país se remontan a 1954. El investigador Fernando Mejía Barquera²³ señala que el primer

²² Portal de Broadband Cable Association of Pennsylvania (BCAP, History of cable television, USA) <http://www.pcta.com/about/history.php> [Fecha de consulta: 2 de julio de 2011].

²³ Mejía Barquera, Fernando. "Televisión por cable: una visión global" en *Intermedios*, número 8 agosto- octubre, ed. Dirección General de Radio Televisión y Cinematografía, México 1993. p. 43.

servicio fue colocado en Nogales, Sonora, en 1954. Incluía un canal mexicano y seis de Estados Unidos. El segundo sistema, creado en 1963, en Piedras Negras, Coahuila, transmitía dos canales mexicanos y cinco estadounidenses; el tercero, con sede en Ciudad Acuña, Coahuila, e inaugurado en 1964, emitía sólo señales provenientes del otro lado de la frontera; y el cuarto, instalado en Monterrey (también en 1964), incorporaba en su programación cuatro canales mexicanos y dos estadounidense.

Posteriormente aparecería Cablevisión fundada en 1966, fue oficialmente el 20 de mayo de 1969 cuando transmitió por primera vez en la Ciudad de México. Esta empresa de televisión por cable ha estado ligada desde sus orígenes al negocio televisivo de la familia Azcárraga. La concesión fue otorgada el 28 de agosto de 1974. El principal sector al que se atendía en un principio era el integrado por las personas con alto poder adquisitivo y que deseaban una programación con canales extranjeros exclusivos. En 1974 Cablevisión operaba 12 canales de televisión, de señal restringida, además de los que Televisa transmitía por señal abierta. Para 1997, se ofrecían 33 canales en diferentes paquetes.

Otras empresas de televisión por cable son Cablemás. En 1968 el proyecto “La Televisión por Cable en Provincia” llevó la televisión de paga a las ciudades de Lagos de Moreno, Ocotlán, Jalisco y Cd. Valles, S.L.P. Cablemex, TV Cable y Visión por Cable de México, con un permiso experimental. Fue hasta 1975 que el gobierno le otorgó las primeras concesiones en las ciudades de Tijuana, Ocotlán, Ciudad Mante y Ciudad Valles. En 1995 cambió su nombre y actualmente se le conoce como Cablemás, sigue ofertando en provincia.

En 1978 un grupo de empresarios fundó Visión por Cable de Sonora, SA de CV (Vicason), y Visión por Cable de Sinaloa SA de CV (Vicasin) primordialmente en sus inicios operaban en los estados del norte del país; sin embargo, para 1995 esta empresa cambio su nombre, hoy en día se conoce como Megacable, de la misma manera extendieron las señales en varios estados de la República Mexicana.

Lo anterior provocó que el Estado interviniera con el Reglamento del Servicio de Televisión por Cable, publicado en el *Diario Oficial de la Federación* (DOF 18/I/1979)²⁴. Su principal premisa es que debido al avance tecnológico en materia de telecomunicaciones fue conveniente el establecimiento de nuevos medios de comunicación como es el caso del servicio especial televisión por cable. Hay que realzar el hecho que este reglamento ha sufrido cambios para adecuarse a la época.

Para finales de los años sesenta la televisión por cable se había convertido en un gran negocio en Estados Unidos, de esta forma el gobierno norteamericano decidió crear la Federal Communication Commission (FCC), que se encargaría de regular la actividad de los grandes consorcios. Además de las transformaciones técnicas que permitieron desarrollar las transmisiones por satélites, esto favoreció el crecimiento de empresas de cable en territorio estadounidense.

En 1984, mediante la llamada *Ley del Cable (Cable Communications Policy Act)*, que enmendó la Ley de Comunicaciones (*Communications Act*) de 1934, se reconoció la competencia de las ciudades para entregar la concesión o franquicia para el establecimiento de sistemas de televisión por cable: “En 1992 el congreso aprobó la *Cable Televisión Consumer Protection and Competition Act*, -luego reformada en 1996- para proteger la intimidad de los usuarios, evitar el acceso de los niños a los programas para adultos, así como resguardar al usuario del servicio, vigilando las tarifas y alquiler de equipos”²⁵.

A la par en México, ocurrieron cambios significativos. Uno de ellos fue el 17 de junio de 1985 cuando en medio de una gran cobertura informativa y política fue colocado el primero de dos satélites. En palabras de Raúl Trejo Delarbre, el lanzamiento del transbordador espacial norteamericano que puso en órbita al *Morelos I* fue un gran acontecimiento sobre todo político “Tras los aplausos, los vítores y las seguramente auténticas sonrisas satisfechas de los funcionarios que asistieron masivamente para presenciar en Florida un despegue más

²⁴ Página de la Comisión Federal de Telecomunicaciones (COFETEL, Distrito Federal) http://www.cft.gob.mx/work/models/Cofetel_2008/Resource/3964/1/18enero1979.pdf [Fecha de consulta: 10 de julio de 2011].

²⁵ Fernández Ruiz, Jorge. “Régimen jurídico de concesiones de radio y televisión” en *Responsabilidad social, autorregulación y legislación en radio y televisión*, Universidad Autónoma de México, México D.F, 2002, p. 50.

bien rutinario, que podrían haber visto desde los televisores en sus oficinas, parecía expresarse con nitidez la intención de que este país fuera, al fin, moderno, contemporáneo”²⁶.

Posteriormente, el *Morelos II* fue ubicado en el espacio en noviembre del mismo año. En un principio, tenía un lapso de vida de 9 años; sin embargo, gracias a correcciones de su órbita, prolongaron su rentabilidad hasta junio de 2004 cuando finalmente quedó desactivado. El sistema Morelos fue de 92 millones de dólares.

El gobierno mexicano consciente del aumento de los servicios y las necesidades de la sociedad puso en marcha, una segunda generación de satélites mejor conocidos como *Solidaridad I y II*. Gracias a éstos las señales llegarían a las zonas más aisladas dentro de la república mexicana. En noviembre de 1993 se lanzó el *Solidaridad I*, vale la pena mencionar que fue retirado en el año 2000 antes de lo previsto debido a fallas eléctricas. Para octubre de 1994 tocó el turno al *Solidaridad II*.

En 1997 se formó Satélites Mexicanos (SATMEX). Incluía los satélites *Morelos II*, *Solidaridad I y II* y Satmex 5 (en construcción), así como los centros de control de Iztapalapa y Hermosillo. Satmex inicialmente fue operado por el gobierno mexicano y luego fue privatizado. Desde entonces, SATMEX se encarga de su operación y administración. Otro hecho de gran trascendencia para nuestro país en 1995 y 1996 fue el siguiente: la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) participó en el lanzamiento de dos satélites UNAM-SAT 1 que sería utilizado para fines científicos, el UNAM-SAT B que sólo duró un año por fallas en el sistema de alimentación.

Es cierto que los avances tecnológicos eran desiguales comparados con los que se realizaban en los Estados Unidos; sin embargo, este sistema le permitió a México ofrecer televisión satelital o Direct To Home (DTH) y abrió nuevas opciones para los consumidores.

En 1988 se creó la Productora y Comercializadora de Televisión S.A. de CV (PCTV), fue una de las primeras empresas de televisión por cable en crear sus propios contenidos, y simultáneamente distribuyó sus señales.

²⁶ Trejo Delarbre, Raúl. *La sociedad Ausente.*, ed. Cal y Arena, México D.F, 1992, p. 89.

En 1990 se creó el primer canal diseñado y operado por la Canitec a través de su filial PCTV. Se trata de TVC (Canal de Televisión por Cable), es un canal que incluye programación de diversos géneros: películas, videos, noticiarios, caricaturas y programas culturales. En este último rubro destaca el convenio que la empresa PCTV firmó con la UNAM en enero de 1992 para que ésta difundiera algunos de sus programas a través de TVC.

2.1 Multichannel Multipoint Distribution Service (MMDS)

En septiembre de 1989 una nueva compañía entraría al negocio de la televisión de paga, Joaquín Vargas Guajardo, propietario de MVS y con amplia experiencia en radiodifusión y televisión restringida. Este visionario empresario introdujo un nuevo sistema, el Multichannel Multipoint Distribution Service (MMDS). Esta tecnología inalámbrica consiste en enviar por aire señales de televisión codificadas, en otras palabras, sólo pueden ser recibidas por suscriptores que tienen el equipo para poder decodificar la recepción. Comenzó a funcionar en dos de las principales ciudades de la República Mexicana, primero en Guadalajara y luego en el Distrito Federal. Delia Covi Druetta escribió:

“Multivisión fue la empresa que abrió el fuego de la competencia por el mercado televisivo y no le ha ido mal. En principio, por el tradicional rechazo a Televisa se vio beneficiada por un auditorio que buscaba la diferencia. Luego desarrolló algunas estrategias exitosas, como ofrecer (a partir de un convenio con la CNN) buena parte de su programación en español, mientras Cablevisión lo hacía en inglés. Además, aunque tiene poca producción cuenta con noticieros locales de gran interés y ha realizado programas especiales de impacto, lo que la distingue de su competidor”.²⁷

La tecnología MMDS desde sus inicios ha sufrido por su limitada cobertura, de hecho, las estadísticas actuales indica que este sistema va decreciendo, mientras el vía satélite o DTH va en aumento. Curiosamente MVS también ofrece el DTH a través de Dish. Todo parece

²⁷ Covi, D. (2000), “Las industrias audiovisuales de México a partir del TLC. Una lectura desde la perspectiva del Proyecto Monarca.” en *Razón y Palabra* revista en línea, número 19 agosto – octubre. Disponible en <http://www.razonypalabra.org.mx/>(Fecha de consulta: 12 marzo de 2012)

indicar que la empresa ha emprendido un plan para migrar a los signatarios del MMDS al DTH. Para muestra el siguiente cuadro de la Cofetel.

Cuadro 1. Suscripciones de televisión restringida (1992-2013)

CONCEPTO	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010 p/	2011	2012	Mar 2013
TOTAL TV RESTRINGIDA (MILES)	1,008.8	1,254.2	1,500.4	1,536.1	1,685.9	1,802.5	2,211.6	2,814.9	3,234.9	3,690.0	3,780.7	4,170.9	4,772.6	5,453.5	6,036.2	6,516.8	7,050.9	8,052.0	10,071.6	11,500.8	12,995.0	13,398.7
TASAS DE CRECIMIENTO ANUAL		24.3	19.6	2.4	9.8	6.9	22.7	27.3	14.9	14.1	2.5	10.3	14.5	14.3	10.7	8.0	8.2	14.2	25.1	14.2	13.0	12.6
CABLE	867.6	1,060.1	1,187.5	1,250.0	1,450.0	1,383.0	1,615.8	1,971.8	2,221.1	2,492.7	2,528.5	2,658.4	2,951.9	3,384.4	3,944.6	4,293.6	4,761.7	5,054.9	5,356.6	5,640.6	5,927.0	6,060.5
TASAS DE CRECIMIENTO ANUAL		22.2	12.0	5.3	16.0	-4.6	16.8	22.0	12.6	12.2	1.4	5.2	11.1	14.7	16.6	8.8	10.9	6.2	6.0	5.3	5.1	5.9
DTH					1.1	152.2	308.0	491.0	667.7	868.8	980.0	1,000.3	1,127.6	1,180.5	1,339.0	1,448.5	1,524.3	2,439.8	4,367.7	5,645.4	6,909.3	7,182.0
TASAS DE CRECIMIENTO ANUAL					13,687	102.3	59.4	36.0	30.1	12.8	2.1	12.7	4.7	13.4	8.2	5.2	60.1	79.0	29.3	22.4	20.1	
MMDS	141.2	194.1	312.9	286.1	235.9	267.3	287.9	355.2	346.1	328.5	272.3	512.3	693.1	888.6	752.6	774.7	765.0	557.4	347.4	214.8	158.7	156.1
TASAS DE CRECIMIENTO ANUAL		37.5	61.2	-8.6	-17.5	13.3	7.7	22.3	-0.8	-3.2	-19.5	88.0	35.2	28.2	-15.3	2.9	-1.3	-27.1	-37.7	-38.1	-26.2	-18.7

p/ Cifras preliminares a partir de la fecha que se indica.

FUENTE: Dirección de Información Estadística de Mercados, COFETEL, con información proporcionada por los concesionarios.

2.2 El Estado impulsor de relaciones comerciales en el país.

El Estado se encuentra inmerso en medios de comunicación, específicamente radio, y televisión, pública o estatal (IMER, Radio Educación, Canal 22, Canal 11), además de varias estaciones estatales distribuidas a lo largo de la República Mexicana. Es cierto que como entidad reguladora, el Estado debe interesarse en dichos medios de difusión, como ocurre en otros países. Asimismo debe producir condiciones favorables para que, en México, la televisión abierta, pública y restringida, garanticen los servicios ofrecidos a todos, como lo especifica la *Ley Federal de Radio y Televisión (LFRTV)*. Última reforma publicada (DOF 09-IV-2012)

“Corresponde a la Nación el dominio directo de su espacio territorial y, en consecuencia, del medio en que se propagan las ondas electromagnéticas. Dicho dominio es inalienable e imprescriptible [...] La presente Ley es de orden público y tiene por objeto regular el servicio de radiodifusión. El servicio de radiodifusión es aquél que se presta

mediante la propagación de ondas electromagnéticas de señales de audio o de audio y video asociado, haciendo uso, aprovechamiento o explotación de las bandas de frecuencias del espectro radioeléctrico atribuido por el Estado precisamente a tal servicio; con el que la población puede recibir de manera directa y gratuita las señales de su emisor utilizando los dispositivos idóneos para ello. El uso, aprovechamiento o explotación de las bandas de frecuencias del espectro radioeléctrico para prestar el servicio de radiodifusión sólo podrá hacerse previos concesión o permiso que el Ejecutivo Federal otorgue en los términos de la presente ley.

Para los efectos de la presente ley, se entiende por radio y televisión al servicio de radiodifusión.”²⁸.

Dicho de otra manera, la televisión y la radio son dos medios fundamentales en el país. Constituyen una actividad de interés público, por lo tanto, el Estado debe vigilar el cumplimiento de su función social; a través de la divulgación de programas con fines de orientación social, cultural y cívica, corresponde a la Secretaría de Educación.

En este sentido el investigador francés Pierre Bourdieu, menciona que la televisión es un instrumento que, teóricamente ofrece la posibilidad de llegar a todo el mundo, pero el acceso a la televisión tiene por contrapartida una formidable censura, una pérdida de autonomía ligada, entre otras cosas, a que el tema es impuesto, que las condiciones de la comunicación son establecidas y sobre todo que la limitación del tiempo impone al discurso restricciones tales que es poco probable que se pueda decir algo.

“Es verdad que hay intervenciones políticas, y un control político (que se ejerce, en particular, mediante los nombramientos de los cargos dirigentes), pero también lo es que en una época como la actual, de gran precariedad en el empleo y con un ejército de reserva de aspirantes a ingresar en las profesiones relacionadas con la radio y la televisión, la propensión al conformismo político es mayor. La gente se deja llevar por una forma consciente o inconsciente de autocensura, sin que haga falta efectuar llamadas al orden”²⁹.

²⁸ Sitio web de la Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión (CDDHCU, México) <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/114.pdf> [Fecha de consulta: 20 de junio de 2013].

²⁹ Bourdieu, Pierre. *Sobre la televisión*, Anagrama, Barcelona, 1996, p. 19.

En México Televisa y Tv Azteca compiten por atraer televidentes ofreciendo programas similares o distintos, de igual modo, buscan acaparar todas las miradas por medio del *rating*, ofrecen en la actualidad programas de entretenimiento como: telenovelas, *reality* shows, este último es de las principales apuestas, sobre todo los fines de semana en horario *prime time*, un proyecto que les ha dado resultados a las televisoras.

Todos estos espacios sirven para insertar publicidad que reditúa a los consorcios en ganancias, incluso existe el autopromo, en otras palabras, programas del mismo canal. Es difícil decir si las dos televisoras siguen una línea de trabajo para difundir información, de modo que, algunos consumidores emigran a otros espacios como televisión restringida, internet, periódicos y radio. De estas modalidades, las dos primeras implican un costo considerable, aunque gracias a los cafés internet, es más fácil acceder a la red.

Los únicos medios de comunicación que tienen la intención de informar, educar, mostrar la cultura mexicana, son los medios del Estado que tienen poca difusión y una ínfima cantidad de recursos que los limita, dependen demasiado del Gobierno Federal, es importante que estos medios sean parte fundamental de la sociedad mexicana, para el desarrollo del país.

El cuadro número dos muestra el presupuesto que se asignó a cinco medios propiedad del Estado. Se observan variaciones durante el trienio, específicamente el que corresponde al año 2013, debido a que cuatro presentan una reducción; que contrasta con lo recibido un año antes. El único que presentó un ligero aumento fue Canal 11.

Cuadro 2. Presupuesto de medios de comunicación públicos

Unidad Responsable		Presupuesto		
Clave	Denominación	2011	2012	2013
216	Dirección General de Televisión Educativa	367,095,945	384,123,831	382,028,090
B01	XE-IPN Canal 11	718,802,874	637,686,786	643,071,220
F00	Radio Educación	82,838,248	99,660,954	97,320,826
MDL	Instituto Mexicano de la Radio	171,986,970	213,883,415	211,059,219
MHL	Televisión Metropolitana, S.A. de CV	232,670,248	252,853,220	231,458,278
Fuente: DOF, SEP.				

No se puede soslayar que en México y en el mundo los medios de comunicación se han vuelto un poder político esencial; sin embargo, en nuestro país la influencia televisiva, la presión del comercio por el *rating*, los sistemas monopólicos e inclusive duopólicos, concentran la propiedad de esta industria cultural, aglomeran su influencia social, su poder informativo y su incidencia política. Por lo cual, es fundamental que haya apertura en la televisión, lo que implica el desmontar los sistemas monopólicos. Patricia Ortega menciona:

“Es necesario identificar lo público con lo político y estatal, así como relacionar lo privado con la propiedad o el interés particular, además lo público lo asocia a lo cívico-político, es decir, se muestra a la esfera de lo público determinada por la presencia de una ciudadanía que se diferencia del Estado, del mercado y también del sector privado, aunque ligada a él. Lo privado en cambio se identifica con la economía, la familia, y las relaciones personales”³⁰.

Los medios del Estado deben ser útiles para los espectadores, es importante que ayuden a entender y resolver los graves problemas sociales del país, si bien es cierto, que no tienen fines de lucro; encuentra su única razón de ser en el servicio público. Patricia Ortega

³⁰ Ortega, Patricia. *La otra televisión. Porque no tenemos televisión pública*, editorial E. México D.F 2006.

menciona: “No hay que olvidar que el modelo público de comunicación asume una responsabilidad social y cultural con la sociedad. Mientras que para la radio y la televisión comercial sus audiencias son el medio con el que buscan atraer anunciantes, las estaciones públicas se dirigen a sus audiencias como ciudadanos, no como consumidores”³¹.

En distintos países de América Latina sin eximir a México, existen empresarios que concentran varios medios de comunicación, por ejemplo, Organizações Globo (Organizaciones Globo) en Brasil, tiene injerencia en televisión, radio, prensa, telefonía, televisión por cable y satelital, revistas, disqueras, cine y distribución; Grupo Clarín en Argentina, está inmersa en televisión, radio, prensa, telefonía y televisión por cable; Grupo Televisa en México, concentra televisión, radio (alianza con Grupo Radiorama y Grupo Prisa de España), telefonía (Cablevisión- Iusacell), televisión por cable y satelital, Club América, multijuegos, revistas.

En efecto, representan una fuerte influencia política y social. Es cierto que, en cada región los gobiernos intentan erradicar su poder, por ejemplo Argentina, a través de la aprobación de la *Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual* (10 de octubre de 2009) plantea quitar a Clarín el poder mediático que obtuvo en las tres últimas décadas, esto ha ocasionado discusiones entre el gobierno argentino y Grupo Clarín.

Por su parte, en México antes de la “Reforma en Telecomunicaciones” (en capítulos venideros se ahonda en el tema) hubo múltiples intentos por legislar las telecomunicaciones, sin mucho éxito, el Estado permitió a Grupo Televisa una fuerte presencia a nivel nacional. “En los países donde la sociedad civil ha sido más débil, menos organizada, política y socialmente más atrasada, el Estado ha tenido una mayor injerencia e influencia en el espacio público, por ejemplo el intervencionismo estatal ha propiciado mayor dependencia de la sociedad respecto del Estado”³². Por si fuera poco, la reducida oferta televisiva hace que un sector acceda a otro tipo de televisión, la de paga, que tiene un costo, si bien un punto a su

³¹ Ortega, Patricia. “Medios de Estado, una transición incompleta” en Retos y perspectivas de la comunicación en el marco de la Reforma del Estado, Fundación Konrad Adenauer, México D.F, 2005, p. 109

³² Ortega, Patricia. *La otra televisión. Porque no tenemos televisión pública*, editorial E, México D.F. 2006.

favor es que diversifica la programación, y la hace ineludiblemente más atractiva, tiene un costo que depende del sistema que contrate y quién lo contrate.

2.3 El auge de la televisión de paga (DirecTv y Sky)

DirecTV comenzó sus operaciones como cadena de televisión satelital el 17 de junio de 1994 en Estados Unidos, posteriormente amplió su mercado en torno a América Latina en países como Argentina, Chile, Brasil y México. La televisión directa al hogar vía satélite (DTH) comenzó sus operaciones en México a través de las empresas DirecTv y Sky, la primera lo hizo mediante una alianza con Multivisión y *Hughes Communications*. Estas empresas formaron el grupo *Galaxy Latin America* con el objetivo de ingresar al mercado de habla hispana. En 1996 lograron entrar a esta región del continente.

En el mismo año, Televisa se asoció con Sky, *Telecommunications International Inc. (TCI)*, *News Corporation*, y la empresa brasileña O'Globo. Juntas firmaron un convenio para prestar de manera conjunta el servicio de DTH en América Latina. De acuerdo con Carmen Gómez Mont³³, el 28 de abril de 1997, los gobiernos de México y Estados Unidos firmaron un tratado de reciprocidad en materia de comunicaciones satelitales. Los servicios que se amparan bajo este marco son: transmisión de voz, audio, video datos y televisión directa al hogar (DTH). Cada país elaboraría un protocolo donde se establecería las normas propias a cada uno de estos servicios.

Las dos empresas emprendieron una rivalidad por el mercado de la televisión satelital en México, ambas hicieron todo lo posible por atraer suscriptores, DirecTv en aras de conseguir más abonados y mantener los que ya tenía, compró los derechos del mundial de fútbol Corea Japón 2002, para garantizar exclusividad a sus signatarios. No obstante, esto le originó una pesada deuda económica que ya no pudo solventar. Otro hecho fundamental que se sumó al declive de DirecTv, fue que no pudo transmitir los canales abiertos, propiedad de Televisa (2, 4, 5 y 9).

³³ Gómez Mont, Carmen. (2000), "La liberalización de las telecomunicaciones en México en el marco del TLCAN" en *Razón y Palabra* revista en línea, Número 19, agosto- octubre. Disponible en http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n19/19_cgomez.html [Fecha de consulta: 28 de julio de 2011].

Desde los primeros meses del 2004 la prensa nacional comentaba la posible salida de DirecTv del mercado mexicano. Finalmente, el 12 de octubre de 2004, lo que era un secreto a voces se confirmó: Grupo Televisa e Innova a través de Sky firmaron un acuerdo para absorber la cartera de clientes de DirecTv, con la plataforma de televisión satelital en América Latina (Sky Multi-Country Partners), además, un acuerdo para expandir la transmisión de los canales de televisión de paga de la compañía en México, América Latina y EU. Cecilia Higuera mencionaba en su columna del 12 de octubre:

“Sky México cuenta actualmente con más de 940 mil suscriptores, genera ingresos anuales de aproximadamente 4,200 millones de pesos y además tiene una utilidad de operación antes de depreciación y amortización de 1,400 millones de pesos. Además, Televisa acordó con Liberty Media comprar dos terceras partes, 10 por ciento, de su participación accionaria en Sky por 48 millones de dólares y News Corporation compraría la parte restante. Así, la participación de News Corporation pasaría de 30 a 43 por ciento, Televisa disminuiría de 60 a 57 por ciento, aunque mantendría el control mayoritario”³⁴.

2.4 Fortalecimiento de la televisión de Paga: el fenómeno Dish

Desde el 2004, Sky se convirtió en el referente más importante de televisión satelital en México; sin competencia alguna en este rubro podía manejar paquetes a su beneficio. Sin embargo, en noviembre de 2008 llegó a México el sistema Dish México de Multivisión en una sociedad con la estadounidense *Echostar*. Ésta alianza comenzó a prestar servicio en algunos estados de la República Mexicana, mediante el servicio de DTH.

Desde sus primeros pasos en nuestro país generó revuelo sobre todo por sus tarifas modestas y una exigua oferta de canales privados, al principio de sus operaciones quedó claro que este sistema contemplaba a las personas de bajos recursos económicos, pues el costo del servicio era de 149 pesos al mes, cifra equivalente a tres salarios mínimos³⁵. A pesar de haber iniciado formalmente operaciones en noviembre de 2008, el repunte lo obtuvo en el segundo

³⁴ Higuera, Cecilia. “DirecTV cierra y pasa a Sky su clientela; a salvo, la transmisión del Mundial de Futbol” en *La Crónica de Hoy* (En línea), 12 de octubre de 2004. Disponible en http://www.cronica.com.mx/nota.php?id_nota=147964 [Fecha de consulta: 28 de julio de 2011]

³⁵ Los salarios mínimos legales para el año 2011 eran los siguientes: área geográfica “A”, 59.82 pesos diarios; “B”, 58.13 pesos diarios y “C”, 56.70 pesos diarios, recordar simplemente que el Distrito Federal, se ubica en el sector A.

semestre de 2009 cuando ingresó a la Ciudad de México y comenzó a expandirse en el resto del país.

De acuerdo con cifras del Índice de Producción del Sector Telecomunicaciones (Itel), medido por la Comisión Federal de Telecomunicaciones (Cofetel)³⁶ en el primer trimestre del 2009, los usuarios de televisión vía satélite (DTH) crecieron 5 por ciento. Durante los meses venideros el aumento en el número de hogares con televisión de paga continuó. Para el cierre de ese año la televisión satelital presentó el mayor avance desde el primer trimestre de 2000, los usuarios crecieron 51.8 por ciento, cifra que permitió colocar el número de suscriptores en 2.3 millones.

Otros datos del Itel demuestran que los usuarios de la televisión restringida fueron incrementándose; para el cierre del 2010 la tv satelital presentó un crecimiento significativo, aun cuando lo hizo a una tasa más baja que durante los dos trimestres previos, al crecer en 83.8 por ciento con respecto al cuarto trimestre de 2009. Esto permitió colocar el número de suscripciones en 4.2 millones. Por su parte, la televisión por cable continuó su crecimiento, aunque en tasas cada vez menores al crecer al 5.4 por ciento, con respecto a octubre-diciembre de 2009.

Por su parte, los números del primer trimestre del 2011 indican que el sector creció 66.0 por ciento con respecto al mismo período de 2010; lo anterior colocó el número de abonados en 4.6 millones. Asimismo hay que sumar los usuarios de televisión por cable, por ello en ese año llegó a más de 5 millones 376 mil suscriptores en los diversos sistemas de televisión de paga. Estos datos demuestran el rápido crecimiento de la televisión por satélite o DTH, mas aún, evidencia los problemas de la televisión por cable y sobre todo vía microondas (MMDS) que constantemente registran fuertes disminuciones, como se mostró en el cuadro número uno titulado: Suscripciones de televisión restringida (1992-2013).

La entrada de un nuevo competidor reavivó el sector de la televisión de paga, que había estado estancado. Durante 2012 el mercado de la televisión satelital se encontraba así, Dish

³⁶ Sitio web de la Comisión Federal de Telecomunicaciones (COFETEL, México) <http://tinyurl.com/Tesistvdepaga1> [Fecha de consulta: 8 de julio de 2011].

tenía el 16 por ciento, mientras Sky rondaba el 33 por ciento, no hay que olvidar, que la filial de Televisa inició operaciones en 1995.

Incluso la empresa de propiedad de MVS, cerró el 2011 con 2.3 millones de signatarios, 100 mil más que durante el 2010. Esto puede explicarse por un acuerdo comercial con la operadora mexicana de telefonía fija e internet Telmex, propiedad de Carlos Slim, mediante un acuerdo la empresa de telefonía presta servicios de facturación y cobranza a clientes de Dish, muchos de los abonados son clientes de Teléfonos de México.

Ahora bien, en los cuadros 3 y 4 se muestran los datos que ofrece el Instituto Nacional de estadística y Geografía (INEGI) ³⁷. El tercer cuadro muestra el porcentaje de la población con acceso a televisión abierta; el cuarto únicamente a la televisión de paga.

Cuadro 3. Hogares con televisor por tipo de equipo, 2009 a 2012

Concepto	2009		2010		2011		2012	
	Absolutos	Por ciento	Absolutos	Por ciento	Absolutos	Por ciento	Absolutos	Por ciento
Hogares con televisor	26 513 772	95.1	26 834 313	94.7	28 472 673	94.7	29 007 139	94.9
Solo televisor digital	1 836 010	6.9	1 730 874	6.5	1 882 362	6.6	2 594 327	8.9
Solo televisor analógico	22 897 710	86.4	23 097 784	86.1	23 732 582	83.4	22 491 879	77.5
Ambos	1 780 052	6.7	2 005 655	7.5	2 857 729	10	3 920 933	13.5

Fuente: INEGI. Módulo sobre Disponibilidad y Uso de las Tecnologías de la Información en los Hogares.

³⁷ Sitio web del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI, Aguascalientes) <http://www.censo2010.org.mx/> [Fecha de consulta: 26 de Agosto de 2011].

Cuadro 4. Hogares con televisión de paga por entidad federativa, 2011

Entidad federativa	Sí tiene		No tiene	
	Absolutos	Por ciento	Absolutos	Por ciento
Estados Unidos Mexicanos	9 125 418	30.4	20 938 837	69.6
Aguascalientes	100 020	33	203 233	67
Baja California	422 460	47.8	462 222	52.2
Baja California Sur	98 130	51.6	91 893	48.4
Campeche	135 301	62.1	82 570	37.9
Coahuila de Zaragoza	247 769	32.9	505 273	67.1
Colima	69 694	36.9	119 331	63.1
Chiapas	235 341	20.7	899 912	79.3
Chihuahua	308 356	32.7	635 284	67.3
Distrito Federal	869 892	34.4	1 657 049	65.6
Durango	112 700	26.5	313 028	73.5
Guanajuato	285 931	21	1 073 098	79
Guerrero	178 472	20.7	683 615	79.3
Hidalgo	197 864	28.6	493 490	71.4
Jalisco	791 821	41.1	1 135 835	58.9
México	832 072	20.4	3 252 843	79.6
Michoacán de Ocampo	367 706	31.2	811 332	68.8
Morelos	132 330	27.5	348 065	72.5
Nayarit	122 788	39.9	185 323	60.1
Nuevo León	484 550	37.8	796 578	62.2
Oaxaca	97 849	10.1	873 955	89.9
Puebla	263 890	18.6	1 151 764	81.4
Querétaro	168 698	35.9	301 514	64.1
Quintana Roo	233 820	59.9	156 464	40.1
San Luis Potosí	211 685	31.2	466 413	68.8
Sinaloa	305 923	42	422 682	58
Sonora	362 988	48.8	381 023	51.2
Tabasco	179 329	30	418 646	70
Tamaulipas	373 779	41.5	526 328	58.5
Tlaxcala	62 573	21.8	224 628	78.2
Veracruz de Ignacio de la Llave	485 159	21.9	1 725 863	78.1
Yucatán	253 853	47.6	279 842	52.4
Zacatecas	132 675	33.8	259 741	66.2

Nota: Fecha de actualización: Jueves 2 de agosto de 2012.

Fuente: INEGI. Módulo sobre Disponibilidad y Uso de las Tecnologías de la Información en los Hogares, 2011

Otros datos importantes: el Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (CONEVAL)³⁸ reveló en 2010 que de 2008 a ese año se registró un aumento de 3.2 millones en el número de pobres en el país. Es un dato paradójico, porque durante ese periodo aumentó la tasa de suscriptores a servicios de televisión restringida y, por otro lado, disminuyó el número de personas sin acceso a servicios de salud, seguridad social, vivienda y educación. Parece que la televisión se vuelve un artículo prioritario, al nivel de las necesidades básicas.

Es probable que la crisis financiera del año 2008 sea la causante del crecimiento de la pobreza, aunado a la mala política financiera del entonces presidente de México Felipe Calderón. Sin embargo, el problema económico de varios bancos en Estados Unidos originó un impacto negativo en la economía mexicana, también conocido por algunos economistas como el quiebre de *Wall Street*. Esto provocó que un bastión significativo del capital mexicano, como son los migrantes perdieran su empleo y la gran mayoría se viera obligada a regresar a México, lo que provocó una disminución considerable de las remesas enviadas a nuestro país; la gráfica 1 muestra un constante descenso.

Gráfica 1. El flujo nacional de remesas³⁹



³⁸ Sitio web del Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (CONEVAL, Distrito Federal) www.coneval.gob.mx [Fecha de consulta: 21 de agosto de 2011].

³⁹ Reyes Tépac M. (2011) “La captación del flujo de REMESAS en México para el periodo enero del 2007 a marzo del 2011.” (En Línea) Cámara de Diputados, Disponible en <http://www.diputados.gob.mx/cedia/sia/se/SAE-ISS-07-11.pdf> [Fecha de consulta: 28 de agosto de 2011]. En 2011 únicamente es el primer trimestre.

A pesar de todas las vicisitudes, algunos lograron contratar televisión de paga y hasta el momento se han mantenido las suscripciones y el crecimiento de este servicio. En la Ciudad de México, Dish inició formalmente operaciones en abril del 2009. Entrevistado por la revista *Etcétera*, Felipe Chao, vicepresidente de Relaciones Institucionales de MVS, mencionó las claves del éxito de Dish: es un sistema de bajo precio, con los mejores canales de la televisión restringida y está dirigido a un sector que no había sido atendido. Según Chao siete de cada diez suscriptores de Dish tienen por primera vez un sistema de televisión restringida: “Los servicios de banda ancha, entre los que se encuentra la tv restringida, no son un lujo, y cada vez más se convierten en herramientas necesarias para el desarrollo del país”⁴⁰.

A pesar de manejar en su paquete básico los canales más vistos, Dish provocó que sus competidores reestructuraran su oferta. Del mismo modo, la aparición de esta empresa, coadyuvó para que sus dos competidores más cercanos Sky y Cablevisión, -filiales directas de Grupo Televisa- se vieran obligados a modificar sus planes de comercialización, para llegar a más zonas y no perder clientes.

En un artículo, Isabel Ferguson destaca cómo las empresas de televisión de paga, responden a la competencia a través de diversificar su portafolio de productos y ofrecer servicios más accesibles. “En un sector en donde existen propuestas como Dish, por sólo 149 pesos se obtienen 36 canales, o YOO de Cablevisión en donde se conjunta una programación de 40 canales, además la posibilidad de escoger entre telefonía e internet, Sky decidió lanzar al mercado su producto Ve Tv dirigido al segmento de menores ingresos”⁴¹. Pese a que Dish inició con 36 canales; durante el segundo trimestre de 2013 modificó el precio de su paquete básico, de 149 pasó a 164 pesos, aunque ahora con 48 canales y 10 de audio.

No se debe soslayar que el surgimiento de Dish provocó cambios en el paisaje del Distrito Federal; por ejemplo, barrios, colonias y unidades habitacionales, lentamente han transformado su imagen, se pueden observar en algunas zonas de la Ciudad de México las

⁴⁰ Islas Reyes, Laura. (2010) “TV de paga, la concentración” en revista *Etcétera*, Número112. Disponible en <http://www.etcetera.com.mx/articulo.php?articulo=3627> [Fecha de consulta 5 de abril de 2010].

⁴¹ Ferguson, Isabel. (2010) “Sky reacciona ante la competencia” en CNN Expansión (En línea). Disponible en <http://tinyurl.com/Tesistvdepaga2> [Fecha de consulta: 22 de abril de 2011]

antenas rojas de la empresa Dish; de igual forma, las antenas grises que corresponden a Sky, inclusive el color azul con el logotipo Ve Tv (también de Sky), un abigarrado escenario en las azoteas de muchas colonias de la Ciudad de México.

La idea central es, el impacto alcanzado por el sistema DTH de MVS en nuestro país: Sky tardó cuatro años en llegar al medio millón de usuarios, mientras que Dish lo consiguió en medio año. Actualmente estas dos empresas concentran el mayor número de abonados, en el total de servicios de televisión restringida: 51 por ciento.

Grupo Televisa ha hecho lo posible por mermar la infraestructura de Dish. Televisa antes de la reforma en telecomunicaciones condicionaba la retransmisión de sus canales abiertos a la compra obligatoria de 14 canales a precio fuera de mercado, mientras que Tv Azteca había negado a Dish sus señales, cabe recordar que las dos empresas impidieron a Dish México anunciarse en sus canales de televisión abierta y en los demás medios de comunicación que ellos controlan, así lo afirmó en desplegados, difundidos en diversos periódicos nacionales. A diferencia de Estados Unidos en nuestro país no existía el must carry o must offer. El término must carry se refiere a un acuerdo entre los concesionarios de la televisión restringida (por cable o satelital), y los dueños de canales de televisión privada (abierta) para la transmisión de los canales abiertos, de cobertura nacional y local. Por su parte, el must offer significa que una cadena de televisión abierta tiene el derecho de empaquetar sus señales y solicitar una tarifa accesible por suscriptor. Tv Azteca tenía un convenio de exclusividad con Sky para la transmisión de sus canales, de hecho, esta empresa permitía a algunas cableras subir su señal; sin embargo, en febrero de 2012 empresas como: Cablecom, Cablemás y Cablevisión Monterrey bajaron las señales de los canales de Tv Azteca por petición de la empresa de Ricardo Salinas, pues exigía el cobro de una tarifa por la transmisión de sus señales, esto afectaría a los suscriptores.

La reforma en telecomunicaciones que se publicó en el *Diario Oficial de la Federación* (DOF 11/VI/2013) benefició a Dish y por supuesto a sus signatarios. El artículo octavo transitorio establece que, una vez constituido el Instituto Federal de Telecomunicaciones conforme a lo dispuesto en el artículo Sexto Transitorio, deberá observarse lo siguiente: los operadores de

televisión de paga deben incluir los contenidos de la televisión abierta dentro de sus paquetes (must carry) y los operadores de televisión abierta deben proveer gratuitamente sus contenidos a los primeros (must offer). Sólo deberán pagar por los contenidos los operadores que sean declarados con preponderancia en el mercado. Se licitarán dos nuevas cadenas de televisión abierta, lo más importante, es que Televisa y Tv Azteca no podrán participar en esta licitación. Vale la pena mencionar, que una vez constituido el Instituto Federal de Telecomunicaciones (Ifetel), Dish y otras empresas podrían subir los canales de televisión abierta a sus plataformas, conforme a lo dispuesto en el artículo sexto transitorio:

I. Los concesionarios que presten servicios de televisión radiodifundida están obligados a permitir a los concesionarios de televisión restringida la retransmisión de su señal, de manera gratuita y no discriminatoria, dentro de la misma zona de cobertura geográfica (...) Los concesionarios que presten servicios de televisión restringida están obligados a retransmitir la señal de televisión radiodifundida, de manera gratuita y no discriminatoria, dentro de la misma zona de cobertura geográfica, en forma íntegra, simultánea y sin modificaciones, incluyendo la publicidad y con la misma calidad de la señal que se radiodifunde, e incluirla sin costo adicional en los servicios contratados por los suscriptores y usuarios. Los concesionarios de televisión restringida vía satélite, sólo deberán retransmitir obligatoriamente las señales radiodifundidas de cobertura del cincuenta por ciento o más del territorio nacional. Todos los concesionarios de televisión restringida deberán retransmitir las señales radiodifundidas por instituciones públicas federales.

II. Para dar cabal cumplimiento al Programa de Licitación y Adjudicación de Frecuencias de Televisión Radiodifundida Digital, el Instituto Federal de Telecomunicaciones publicará, en un plazo no mayor a ciento ochenta días naturales a partir de su integración, las bases y convocatorias para licitar nuevas concesiones de frecuencias de televisión radiodifundida que deberán ser agrupadas a efecto de formar por lo menos dos nuevas cadenas de televisión con cobertura nacional (...) No podrán participar en las licitaciones aquellos concesionarios o grupos relacionados con vínculos de tipo comercial, organizativo, económico o jurídico, que actualmente acumulen concesiones

para prestar servicios de radiodifusión de 12 MHz de espectro radioeléctrico o más en cualquier zona de cobertura geográfica”⁴².

2.5 Del Triple Play a los contenidos de la televisión de paga

El triple play⁴³ (voz, banda ancha y televisión) este paquete puede ofrecer televisión restringida, telefonía fija e internet (en una sola red o infraestructura de transmisión). Hay que destacar que la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, publicó en el *Diario Oficial de la Federación* (DOF 03/X/2006) el “Acuerdo de convergencia de servicios fijos de telefonía local y televisión y/o audio restringidos que se proporcionan a través de redes públicas alámbricas e inalámbricas”⁴⁴. Este combo es sólo la intersección en el futuro del empaquetamiento de servicios y contenidos audiovisuales, en México las únicas compañías autorizada por la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, son Axtel, Total Play y Televisa, ésta última a través de sus filiales ha comenzado a desplegar su red: Cablevisión, Megacable, Cablemás, esto abrió las puertas para ofrecer el servicio de telefonía e internet a todos sus suscriptores.

En mayo de 2011 el presidente de Grupo Salinas, Ricardo Salinas Pliego dio a conocer el lanzamiento de un nuevo proyecto en materia de telecomunicaciones conocido como Cuádruple Play: internet, televisión, telefonía fija y telefonía celular, a través de fibra óptica de la red de Cuarta Generación (4G) de Iusacell. Su nombre, Total Play. En contraste con esto, se debe resaltar que la zona de cobertura es aún muy limitada sólo algunas colonias del Distrito Federal y área metropolitana pueden contratar el servicio, por ejemplo; Polanco, San Ángel, Pedregal, Las Águilas, Lomas de Chapultepec, Satélite, Interlomas.

⁴² Sitio del Diario Oficial de la Federación (DOF, México D.F) <http://www.dof.gob.mx/> [Fecha de consulta 11 de agosto de 2013]

⁴³ Es un paquete que incluye telefonía residencial o fija, televisión por cable e Internet, todos en una misma factura, de igual forma. permite a la empresa comercializar los servicios con un precio especial, también puede ser doble play siempre y cuando se escojan sólo dos, además algunas empresas como Cablevisión permiten personalizar los paquetes.

⁴⁴ *Diario Oficial de la Federación* (DOF: 03/10/2006, Distrito Federal) <http://dof.gob.mx> [Fecha de consulta: 26 de julio de 2011].

Televisa señalaba en 2008 que destinaría cerca de 360 millones de dólares para invertir en un paquete con más alternativas. En la segunda mitad del año 2007, Cablevisión lanzó al mercado su servicio de telefonía, en el que sumó más de 9 mil líneas instaladas. Además mantiene 51 por ciento de las acciones en Televisión Internacional, que es el principal operador de cable en Monterrey. La Comisión Federal de Competencia (Cofeco) aprobó una concentración con Cablemás, que es la segunda empresa de cable más grande del país. Cablestar, propiedad en 70 por ciento de Cablevisión, adquirió Bestel, compañía que tiene una de las redes de fibra óptica más extensa de México⁴⁵.

Posteriormente con el paso de los meses se forjarían las alianzas de Cablevisión, Megacable, Cablemás Televisión Internacional (TVI), esto abrió las puertas para ofrecer el servicio de telefonía e internet a todos sus suscriptores. De hecho, el jueves 2 de agosto de 2013, Televisa anunció que adquiriría 51 por ciento de las acciones de Cablecom, esta empresa está presente en 16 estados del país, el especialista en medios Gabriel Sosa Plata señaló en su columna del *El Universal*:

“Lo grave del asunto es que Televisa acumula más infraestructuras y mercados. Con la suma de los suscriptores de Cablecom, la compañía supera el 64 por ciento del mercado de la televisión de paga. Como afirma el economista y consultor Francisco Vidal, esta adquisición se explica por el estancamiento que sufren los ingresos de la televisión abierta y la eventual irrupción de Telmex en el servicio de la televisión de paga. En todo caso, mientras se materializan los beneficios de la reforma de telecomunicaciones en materia de competencia, los monopolios se consolidan en México.”⁴⁶

La Comisión Federal de Competencia (CFC) sería la encargada de revisar la operación de compra de Cablecom por parte de Televisa no informó a dicha dependencia; sin embargo, Gabriel Sosa explica que lo más previsible es que esto sea resuelto por el Instituto Federal de Telecomunicaciones (Ifetel), de acuerdo a sus nuevas atribuciones.

⁴⁵ Mejía, Angelina. “Televisa se declara lista para ‘triple play’” en *El Universal* sección carter, lunes 23 de junio de 2008.

⁴⁶ Sosa, Gabriel. “Televisión y radio públicas: ¿en SEP o en Segob?” en periódico *El Universal*, sección opinión, viernes 02 de agosto 2013.

En el terreno económico beneficia a los empresarios de televisión restringida, si bien, las condiciones son favorables para empaquetar sus servicios y ofrecérselos a los consumidores a un bajo costo, también, genera una desventaja para otras compañías que están imposibilitadas de ofrecer este producto, simultáneamente los suscriptores pueden aprovechar dichas ventajas, por ejemplo, pagar los tres servicios en un solo recibo. Teléfonos de México ofrece en la actualidad un doble play (Teléfono e internet). Telmex ha estado ligado a la expansión acelerada del sistema satelital Dish, a través de la facturación de servicio de televisión de paga de la empresa propiedad de grupo MVS, esto ha originado problemas entre las televisoras que no quieren que Telmex entre al mercado de la televisión. El gobierno tiene la responsabilidad de crear las condiciones para una libre competencia en el sector de las telecomunicaciones, de igual modo, evitar el monopolio. Televisa y Tv Azteca acaparan el mercado de la televisión, mientras que las empresas de telecomunicaciones de Slim tienen presencia con 80 por ciento de las líneas terrestres (Telmex) y de 70 por ciento de los usuarios de teléfonos celulares (Telcel).

En 2013 la compañía mexicana Axtel anunció que entraría al mercado de la televisión de paga con Axtel Tv, este nuevo proyecto inició operaciones en febrero, y los hizo en las tres principales ciudades del país, Ciudad de México, Guadalajara y Monterrey. La empresa regional ya participa en el doble play, telefonía e internet; y ahora, competirá con el triple play, similar al que ofrece Cablevisión.

Para julio de este mismo año la empresa reportó un avance en los ingresos gracias a internet y video, Axtel Tv contaba con cerca de 30 mil suscriptores:

“La empresa mexicana de telecomunicaciones reportó ingresos por 2 mil 380 millones de pesos entre abril y junio de 2013, lo que significó 91 millones de pesos más que en el trimestre previo gracias al plan de recapitalización y de las iniciativas de productividad que se implementaron.

Esto porque, por un lado, se duplicó la base de suscriptores del servicio de televisión de paga “Axtel Tv” que alcanzó los 30 mil clientes y, por el otro, en banda ancha se registró

un aumento de 120 mil suscriptores para tener un total de 418 mil suscriptores en este servicio”.⁴⁷

Asimismo es importante señalar que las empresas que brindan televisión de paga han absorbido el Impuesto Especial sobre Producción y Servicios (IEPS) del 3 por ciento en los servicios de telecomunicaciones desde el 2010. En un principio este impuesto era para los consumidores de internet y televisión restringida, esta medida afectaría a las familias mexicanas de bajos recursos que venían remontando los problemas financieros de 2008. De esta manera algunas empresas decidieron no gravar el impuesto a sus signatarios, con la intención de no perder suscriptores.

El cuadro cinco recopila la información de las compañías que en 2013 prestaron el servicio de televisión restringida en la capital del país. Como puede observarse Grupo Televisa está presente en cable y DTH. Es importante recalcar que todos los paquetes son los más económicos (básico). No obstante, empresas como, Cablevisión, Total Play y Axtel Tv, permiten personalizarlos de acuerdo a las necesidades de cada consumidor. Hay que tener en cuenta, que Dish y Axtel Tv, no transmitían los canales abiertos; como se explicó, con la promulgación de la Reforma en materia de Telecomunicaciones (DOF 11/VI/2013) estas empresas únicamente deberán retransmitir las señales de los canales cuya cobertura sea del 50 por ciento o más del territorio nacional.

El 10 de septiembre de 2013, el Senado de la República ratificó a los siete aspirantes a ocupar el cargo de comisionados en el Instituto Federal de Telecomunicaciones. Un día después Dish subió las señales de los canales de Televisa; el 2, 5 y 9 además del 7 y 13 de Tv Azteca, por su parte Axtel Tv lo hizo hasta las primeras horas del jueves. Televisa manifestó su descontento porque Dish subiera sus señales, ya que argumenta que el Instituto Federal de Telecomunicaciones debe autorizar y definir las reglas de operación.

⁴⁷ Hernández, Aura. “TV e Internet impulsan las ganancias de Axtel” en periódico *La Razón*, sección negocios, martes 23 de julio de 2013, p.15.

Cuadro 5. Empresas de televisión de paga En la Ciudad de México

	Empresa	Televisión	Internet	Teléfono	Paquete básico
Grupo Televisa	Sky	DTH	No	No	309 pesos, incluye 101 canales más 50 de audio.
	VeTv	DTH	No	No	169 pesos con 48 canales (incluyen todos los canales de televisión abierta).
	Cablevisión	Cable	Sí	Sí	425 pesos en efectivo. Si el pago es con tarjeta de crédito son 499. Incluye 70 canales; Internet 6.0 Mbps
	Yoo	Cable	Sí	Sí	
Grupo Salinas	Total Play	Si	Sí	Sí	549 pesos con 120 canales por los tres servicios; Internet de 9 Mbps.
	Fibra óptica Ofrece Cuádruple Play				
Multivisión Echostar	Dish	DTH	No	No	164 pesos con 48 canales, 5 de televisión abierta y 10 de audio.
Axtel	Axtel Tv	Cable	Sí	Sí	514 pesos 50 canales y 50 de audio; internet de 4 Mbps.
Elaboración del autor a partir de información recabada con distribuidores autorizados en el año2013.					

2.6 El conflicto por el fortalecimiento de las telecomunicaciones

En abril de 2010, el Senado de la República convocó a una mesa de diálogo con integrantes de la Cámara Nacional de la Industria de la Radio y Televisión (CIRT). El tema central fue la *Ley Federal de Radio y Televisión*. A partir de ese momento inició una larga disputa entre los consorcios más grandes en telecomunicaciones de México.

Durante los meses siguientes la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT) se encontró envuelta en una serie de controversias debido a que el entonces secretario, Juan Molinar Horcasitas, apoyó indirectamente a Televisa entregándole la fibra óptica propiedad de la Comisión Federal de Electricidad (CFE), la cual le permitiría prestar el servicio de triple

play. Incluso, la decisión del presidente en turno Felipe Calderón de nombrar a Mony de Swaan, como titular de la Comisión Federal de Telecomunicaciones (Cofetel) generó controversias por su nula experiencia en materia de telecomunicaciones.

Ahora bien, Teléfonos de México (Telmex), empresa creada en 1947, fue una paraestatal durante años. De hecho, el gobierno adquirió el 51 por ciento de las acciones y se volvió el socio mayoritario. En los años posteriores fue de las primeras empresas en experimentar con la tecnología digital. No obstante, la telefónica comenzó a prestar malos servicios y problemas con el sindicato llevaron a Telmex a caer en un bache. La administración de Carlos Salinas, anunció a la iniciativa privada la posible venta de Teléfonos de México.

En 1989, la SCT argumentó que la paraestatal había dejado de ser eficiente y necesitaba inversión privada, de igual forma, la inversión extranjera no podía superar el 49 por ciento. De acuerdo con Ignacio Medina Nuñez:

“En diciembre de 1990 se llevó a cabo la primera fase de privatización Grupo Carso propiedad de Carlos Slim Helú. Adquirió el 20.4 por ciento del capital social de Telmex, el costo fue de 1,757.6 millones de dólares. La última fase fue el 11 de mayo de 1994, cuando el gobierno federal, a través de Nacional Financiera, concluyó la colocación de bonos de conversión obligatorios en acciones de Telmex, que fueron las posteriores acciones en manos del gobierno”⁴⁸.

Ahora Telmex es una compañía privada propiedad de Carlos Slim. En la actualidad goza de buena infraestructura, presupuesto, además de un canal por internet UnoTv, pero no de un régimen legal para poder brindar los tres servicios; telefonía, internet y televisión, resulta interesante porque ya opera las dos primeras. Es uno de los candidatos a obtener la concesión de una de las dos cadenas de televisión abierta que se licitarán conforme a la reforma en telecomunicaciones.

El 16 de agosto de 2010 se dio otro polémico dictamen a favor del binomio Nextel-Televisa, ya que se adjudicaron el bloque nacional de 30 MHz en esta banda. La Comisión

⁴⁸ Medina Nuñez, Ignacio. “Teléfonos de México: modernización, privatización y nuevas reformas laborales”, en revista en línea *Espiral*, Estudios sobre Estado y Sociedad, Vol. 3 mayo-agosto de 1995, Universidad de Guadalajara p. 133-153.

Federal de Telecomunicaciones (Cofetel) falló a favor de asignar el espectro de la banda de 1.7 a 2.1 GHz a Nextel-Televisa, Telcel y Telefónica, conforme a los resultados de la licitación. Sólo tres integrantes del pleno participaron en la votación: el presidente del órgano regulador, Mony de Swaan, Gonzalo Martínez Pous y Rafael del Villar, quien votó en contra.

Televisa-Nextel no sólo saldría beneficiada con la cantidad de espectro y lo que pagaría por él, sino que al concluir las dos licitaciones incrementaría de forma considerable la tenencia de espectro. Antes de las licitaciones 20 y 21, diseñadas para explotar una banda del espectro electromagnético del país en el área de la telefonía móvil y multimedia. Su tenencia promedio era de 21.9 megahercios y pasaría a 52.6, apenas abajo del promedio de Iusacell de 53 Mhz, mientras Telefónica poseía un promedio de 61.3, y Telcel 77.1.

El desacuerdo no se hizo esperar por parte de, periodistas, especialistas en el tema, algunos sectores de la sociedad y empresas de telecomunicaciones, en especial de Grupo Salinas, el cual presentó impugnaciones en contra de la licitación del espectro para telefonía celular. A primera vista parecería que los beneficiados por la decisión serían Televisa en mancuerna con Nextel. No obstante, el 18 de octubre de ese mismo año las cosas darían un giro inesperado Televisa decidió romper con Nextel

Javier Tejado director de información de Televisa y Ernesto Piedras ex comisionado de la Cofetel, fueron entrevistados por el diario *Milenio*⁴⁹ y comentaron que los litigios que se presentaron a lo largo de la licitación 21 de espectro radio eléctrico dejaron una consecuencia más grave que la separación de Nextel y Televisa, coincidieron que el resultado de tantas complicaciones jurídico regulatorias es que ya no habría inversionistas interesados en el mercado mexicano.

Para Tejado, el tema más preocupante ya no era la licitación, sino las que estaban por venir, pues la Comisión Federal de Telecomunicaciones (Cofetel) había hecho pública su intención de realizar nuevas licitaciones de espectro. Para Ernesto Piedras se sentó un precedente negativo no sólo en el sector, sino también en el gobierno, incluso en pláticas que

⁴⁹ Mendieta, Susana. (2010) "Litigios por licitación 21 ahuyentarán la inversión: analistas" en *Milenio* sección negocios, (En Línea). Disponible en <http://impreso.milenio.com/node/8851231> [Fecha de consulta: 25 de junio de 2011].

había sostenido con inversionistas extranjeros, le habrían expresado su falta de interés en México ante el incumplimiento de los términos establecidos por la autoridad.

Después de algunos meses se mencionó que el 50 por ciento de Iusacell, perteneciente a Grupo Salinas, podría ser comprada por Televisa. La telefónica fue una de las principales detractoras de la Licitación 21, además se divulgaba en algunos medios que Grupo Carso estaría interesado en obtener una concesión para operar la tercera cadena de televisión en México.

Desde que el Gobierno de Carlos Salinas decidiera privatizar Teléfonos de México, el empresario Carlos Slim invirtió en varios negocios que le han redituado considerables ganancias, sin embargo, el problema radica en que su título de concesión le cierra las puertas para ofrecer televisión. Tiene que modificarlo.

Es curioso, Carlos Slim ofrece servicios de televisión de paga, a través de América Móvil en países de América Latina como Paraguay, Colombia, Ecuador Chile, Perú, El Salvador, Guatemala, Honduras, Panamá. Pero en México aún sigue sin poder convencer al jefe del Ejecutivo; es importante señalar que ese conflicto generó diversas opiniones a favor y en contra de una nueva cadena de televisión vinculada a Grupo Carso.

En febrero de 2011 comenzaron los primeros signos de hostilidad entre dos empresarios poderosos en las telecomunicaciones: Emilio Azcárraga, de Televisa, y Carlos Slim de Grupo Carso. Las primeras complicaciones nacieron porque Telmex ofrece facturación y cobranza a Dish, propiedad de MVS, con esa estrategia atrajeron nuevos clientes y de algún modo Sky se sintió afectada.

El problema entre estos empresarios llegó a tal grado que Televisa anunció la cancelación de publicidad de Grupo Carso, en sus canales de televisión y el consorcio de Slim aseguró que el motivo fue un aumento de las tarifas de publicidad que se negó a pagar.

Susana González reportera de *La Jornada*⁵⁰ describió el enfrentamiento de los dos empresarios: “Es la primera colisión de muchas que habrán de darse en la reconfiguración del ecosistema competitivo de las telecomunicaciones y la radiodifusión en México”. En el intento por ganar los servicios de última generación de ese mercado que, inevitablemente, está ligado al calendario político del país, Telmex reaccionó de inmediato con desplegados en diversos periódicos de circulación nacional, aseguró que no tiene participación de capital en Dish. La lucha había iniciado, Grupo Carso intentaría entrar al negocio de la televisión; por su parte, Televisa lo haría en internet y telefonía. Después de una semana Tv Azteca se sumó al conflicto, mediante un comunicado escueto justificó su decisión: “Estaríamos encantados de que Telcel tuviera una tarifa de interconexión justa y a precios de mercado. La interconexión de Telcel es discriminatoria, depredatoria y protege a su monopolio”.

Grupo Carso negó que fuera cierto y adujo que simplemente se negaron a vender espacios publicitarios; así pues, los tres principales personajes más influyentes de las telecomunicaciones en México entablaron una liza sin que algún órgano rector saliera a aminorar y poner orden a los ríspidos enfrentamientos.

2.7 Del “Pacto por México” a la Reforma en Telecomunicaciones

Durante la administración de Felipe Calderón Hinojosa, hubo poca atención al sector de las telecomunicaciones, si bien durante su mandato se creó el Organismo Promotor de Medios Audiovisuales (OPMA), se le dio más cobertura a Canal 11 a nivel nacional, se firmó un decreto para adelantar el apagón analógico de 2021 a 2015 para migrar hacia la Televisión Digital Terrestre (TDT) y en los últimos días de su sexenio incorporó al IMER en dirección a la transición de radio digital, fue insuficiente para el sector de las telecomunicaciones en México, si se toma en cuenta el rápido desarrollo social y tecnológico en otra partes del mundo.

⁵⁰ González G, Susana. (2011) “Habrá más encontronazos entre Televisa y Telmex: especialistas” en periódico *La Jornada*, domingo 20 de febrero de 2011, p. 25.

En las elecciones de 2012, Enrique Peña Nieto resultó el ganador. En el proceso pos electoral se concibió la idea de una iniciativa que reuniera a las principales fuerzas políticas de México (PRI, PAN, PRD) con el objetivo de ayudar al país; a través de reformas específicas que proyectarían a México en dirección a un mejor futuro. Después de varias reuniones se dio a conocer el nombre del proyecto “Pacto por México”.

En noviembre se llegó a un acuerdo definitivo y el “Pacto por México” se integró con cinco apartados que abarcaron en principio 95 compromisos divididos en cinco capítulos: Sociedad de Derechos; Crecimiento Económico, empleo y competitividad; Seguridad y Justicia; Transparencia, Rendición de Cuentas y Combate a la Corrupción; y Gobernabilidad Democrática.

Vale la pena mencionar, que ese mismo año, la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) presentó su estudio sobre políticas y regulación de telecomunicaciones en México. En esta publicación el organismo señaló que existía una gran rezago en las telecomunicaciones, aunado a la desigualdad en la distribución del ingreso; además el país necesitaba del impulso socioeconómico generado por un mayor acceso a servicios de comunicaciones eficientes; en particular a la banda ancha, sin olvidar la falta de competencia en telecomunicaciones que hasta ese momento había generado mercados ineficientes, que habían incidido de manera negativa en el bienestar de los consumidores, es decir, la poca competencia beneficiaba a las empresas dominantes y perjudicaba al consumidor.

Como presidente de México, Enrique Peña Nieto, presentó el 11 de marzo de 2013, la iniciativa en materia de telecomunicaciones incluida en el “Pacto por México” dentro del apartado de Crecimiento Económico, empleo y competitividad. Se acordaron nueve compromisos (37 a 45) que a continuación se reproducen:

1. Fortalecer a la Comisión Federal de Competencia (CFC). (Compromiso 37)

Se dotará a la CFC de mayores herramientas legales mediante las reformas necesarias para determinar y sancionar posiciones dominantes de mercado en todos los sectores de la economía, particularmente se le otorgará la facultad para la partición de monopolios.

2. Creación de Tribunales especializados en materia de competencia (Compromiso 38)

Se realizarán las reformas necesarias para crear tribunales especializados que permitan dar mayor certeza a los agentes económicos al aplicar de manera más eficaz y técnicamente informada los complejos marcos normativos que regulan las actividades de telecomunicaciones y los litigios sobre violaciones a las normas de competencia económica.

3. Garantizar acceso equitativo a telecomunicaciones de clase mundial (Compromiso 39)

En el ámbito de las telecomunicaciones, es necesario generar mucha mayor competencia en telefonía fija, telefonía celular, servicio de datos y televisión abierta y restringida.

Se reformará la Constitución para reconocer el derecho al acceso a la banda ancha y para evitar que las empresas de este sector eludan las resoluciones del órgano regulador vía amparos u otros mecanismos litigiosos.

4. Reforzar autonomía de la COFETEL. (Compromiso 40)

Se reforzará la autonomía y la capacidad decisoria de la Comisión Federal de Telecomunicaciones para que opere bajo reglas de transparencia y de independencia respecto de los intereses que regula.

5. Desarrollar una robusta red troncal de las telecomunicaciones. (Compromiso 41)

Se garantizará el crecimiento de la red de CFE, los usos óptimos de las bandas 700MHz y 2.5GHz y el acceso a la banda ancha en sitios públicos bajo el esquema de una red pública del Estado.

6. Agenda digital y acceso a banda ancha en edificios públicos.(Compromiso 42)

Se creará una instancia específicamente responsable de la agenda digital que deberá encargarse de garantizar el acceso a internet de banda ancha en edificios públicos, fomentará la Inversión pública y privada en aplicaciones de telesalud, telemedicina y Expediente Clínico Electrónico, e instrumentará la estrategia de gobierno digital, gobierno abierto y datos abiertos.

7. Competencia en radio y televisión. (Compromiso 43)

Se licitarán más cadenas nacionales de televisión abierta, implantando reglas de operación consistentes con las mejores prácticas internacionales, tales como la obligación de los sistemas de cable de incluir de manera gratuita señales radio difundidas (must carry), así como la obligación de la televisión abierta de ofrecer de manera no discriminatoria y a precios competitivos sus señales a operadores de televisiones de paga (must offer), imponiendo límites a la concentración de mercados y a las concentraciones de varios medios masivos de comunicación que sirvan a un mismo mercado, para asegurar un incremento sustancial de la competencia en los mercados de radio y televisión.

8. Competencia en telefonía y servicios de datos. (Compromiso 44)

Se regulará a cualquier operador dominante en telefonía y servicios de datos para generar competencia efectiva en las telecomunicaciones y eliminar barreras a la entrada de otros operadores, incluyendo tratamientos asimétricos en el uso de redes y determinación de tarifas, regulación de la oferta conjunta de dos o más servicios y reglas de concentración, conforme a las mejores prácticas internacionales.

Se licitará la construcción y operación de una red compartida de servicios de telecomunicaciones al mayoreo con 90MHz en la banda de 700MHz para aprovechar el espectro liberado por la Televisión Digital Terrestre.

Se reordenará la legislación del sector telecomunicaciones en una sola ley que contemple, entre otros, los principios antes enunciados

9. Adopción de medidas de fomento a la competencia en televisión, radio, telefonía y servicios de datos. (Compromiso 45)

La adopción de las medidas de fomento a la competencia en televisión, radio, telefonía y servicios de datos deberá ser simultánea.

En un país ávido de cambios en el sector de los medios masivos de comunicación. Como se mencionó anteriormente el Estado permitió durante años el acaparamiento de los medios en manos de unos cuantos empresarios. La iniciativa de reforma representó desde sus primeros esbozos, un proyecto que beneficiaba a los mexicanos. La última semana de abril de 2013, la Cámara de Diputados aprobó la reforma en materia de telecomunicaciones y la turnó

al Senado de la República. Con 108 votos a favor, tres en contra y dos abstenciones, el Senado avaló el cambio que le realizó la Cámara de Diputados a la minuta que reforma diversas disposiciones de la Constitución, en materia de telecomunicaciones. Posteriormente la reforma pasó a los congresos estatales para su aprobación. Así ocurrió, 24 estados aprobaron la iniciativa (únicamente se necesitaban 17).

El 10 de junio, Enrique Peña Nieto promulgó la reforma de Telecomunicaciones, lo hizo en el Museo Tecnológico de la Comisión Federal de Electricidad, junto a los líderes de los tres partidos políticos que integraban el “Pacto por México” y Gerardo Ruíz Esparza, entonces titular de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT). Al siguiente día, se publicó en el *Diario Oficial de la Federación* (11/VI/2013). El éxito de la reforma en telecomunicaciones estriba en los siguientes objetivos.

El Estado garantizará el derecho de acceso a las tecnologías de la información y comunicación, así como a los servicios de radiodifusión y telecomunicaciones, incluido el de banda ancha e internet. Para tales efectos, el Estado establecerá condiciones de competencia efectiva en la prestación de dichos servicios.

La aparición de dos nuevos órganos reguladores con autonomía constitucional en telecomunicaciones y competencia: el Instituto Federal de Telecomunicaciones (Ifotel) y la Comisión Federal de Competencia Económica (CFCE), quienes deberán rendir cuentas al Congreso.

“El Instituto Federal de Telecomunicaciones será también la autoridad en materia de competencia económica de los sectores de radiodifusión y telecomunicaciones, por lo que en éstos ejercerá en forma exclusiva las facultades que este artículo y las leyes establecen para la Comisión Federal de Competencia Económica y regulará de forma asimétrica a los participantes en estos mercados con el objeto de eliminar eficazmente las barreras a la competencia y la libre concurrencia; impondrá límites a la concentración nacional y regional de frecuencias, al concesionamiento y a la propiedad cruzada que controle varios medios de comunicación que sean concesionarios de radiodifusión y telecomunicaciones que sirvan a un mismo mercado o zona de cobertura geográfica, y ordenará la

desincorporación de activos, derechos o partes necesarias para asegurar el cumplimiento de estos límites, garantizando lo dispuesto en los artículos 6o. y 7o. de esta Constitución”⁵¹.

Apertura a la inversión extranjera en todas las áreas de telecomunicaciones, se reserva un tope de 49 por ciento de participación en radiodifusión

“A la entrada en vigor del presente Decreto se permitirá la inversión extranjera directa hasta el cien por ciento en telecomunicaciones y comunicación vía satélite.

Se permitirá la inversión extranjera directa hasta un máximo del cuarenta y nueve por ciento en radiodifusión. Dentro de este máximo de inversión extranjera se estará a la reciprocidad que exista en el país en el que se encuentre constituido el inversionista o el agente económico que controle en última instancia a éste, directa o indirectamente”⁵².

Por último, es importante mencionar los comisionados del Ifetel y CFCE fueron elegidos a través de un Comité de Evaluación, integrado por: el Banco de México, el Inegi y el Instituto Nacional de Evaluación Educativa, para garantizar la transparencia en la selección de entre tres y cinco especialistas que formarían parte de las ternas, mismas que fueron presentadas al presidente. El 10 de septiembre el Senado ratificó a los candidatos a ser comisionados del Instituto Federal de Telecomunicaciones los nombres son: Luis Fernando Borjón Figueroa, María Elena Estavillo Flores, Gabriel Oswaldo Contreras Zaldívar, Mario Germán Fromow Rangel, Ernesto Estrada González, Adriana Sofía Labardini Insunza y Adolfo Cueva Teja.

2.8 La masificación de los medios de comunicación en México.

Las fronteras tecnológicas han comenzado a desvanecerse como consecuencia del avance de los medios de comunicación. Gobiernos, sociedad, sin olvidar la globalización, son factores primordiales para que cada vez haya una mayor penetración de estos medios en las sociedades. En países desarrollados aumenta en forma exponencial el acceso a internet, tv de paga y dispositivos inteligentes, mientras en naciones subdesarrolladas el crecimiento es más

⁵¹ Sitio del Diario Oficial de la Federación (DOF, México D.F) <http://www.dof.gob.mx/> [Fecha de consulta 11 de junio de 2013]

⁵² *Ibíd.*

lento; no obstante, hay una propensión de las personas por adquirir nuevos bienes culturales, sobre todo pertenecientes a los medios tradicionales.

En México antes de la reforma en telecomunicaciones, la televisión abierta estaba concentrada en dos empresas: Tv Azteca y Televisa, ambas acaparaban el 88 por ciento de las concesiones de televisión abierta en todo el país, el 12 por ciento restante son televisoras estatales, asimismo las dos cadenas tienen 51 por ciento de las repetidoras (canales espejo). Acumulan el 94.4 por ciento de la audiencia, se estima que la empresa de Emilio Azcárraga absorbe un 70 por ciento de los espectadores en televisión abierta, por su parte, la televisora propiedad de Ricardo Salinas Pliego, un 30 por ciento del público.

Es incuestionable que la televisión abierta influye con sus contenidos en la sociedad mexicana, no sólo a través de la distribución y exhibición de éstos, además es una gran ventana para la publicidad, en concreto, la Confederación de la Industria de la Comunicación Mercadotecnica (CICOM) señalaba que la inversión publicitaria durante 2011, era de 55 por ciento sólo en televisión abierta y en radio cerca del 9 por ciento.

El Estado permitió que Televisa se expandiera vorazmente, la falta de una legislación que limitara su presencia, y la constante imitación de su competidor más cercano Televisión Azteca; ha originado un duopolio. Con el propósito de ampliar el sector de la televisión comercial, la Comisión Federal de Telecomunicaciones (Cofetel) publicó una consulta entre el 23 de noviembre y el 7 de diciembre de 2011, hubo 16 grupos interesados en participar en una eventual licitación para una nueva cadena de televisión abierta en México; no obstante, en enero de 2012 durante una reunión del pleno integrado por sus cinco comisionados, cuatro de ellos decidieron aplazar por tiempo indefinido el proceso de licitación de nuevas frecuencias de televisión abierta.

De hecho, no es la primera vez que sucede algo similar: en 2006 cuando la Comisión Federal de Competencia (Cofeco) recomendó ampliar el sector de la televisión abierta, GE/NBC/Telemundo mostró interés, aunque, luego de pláticas con Grupo Televisa firmó un convenio para distribuir sus contenidos en México y América Latina, durante el 2008. La Cofetel recibió 13 solicitudes para el otorgamiento de canales de televisión abierta, Telmex

evidenció su deseo de entrar al terreno de la televisión de paga, sin buenos resultados, vale la pena señalar que concentra cerca del 70 por ciento de telefonía fija y móvil de la República Mexicana.

“La compañía de telecomunicaciones líder en el mundo de la televisión codificada es la mexicana América Móvil, del magnate Carlos Slim, que opera en 18 países de América y que tiene unos diez millones de suscriptores en el ‘pay TV’. Le siguen China Telecom (ocho millones), la rusa Rostelecom (casi seis), France Telecom (cinco), Iliad Free (cuatro), Deutsche Telekom (cuatro), Verizon (cuatro), AT&T (3,5), Vivendi (3,5) y Telefónica (unos tres millones)”⁵³

Ahora bien, Grupo Televisa y Televisión Azteca durante el mes de enero de 2012 se aliaron para compartir Grupo Iusacell, propiedad de Ricardo Salinas Pliego, esto ocasionó la molestia de analistas, especialistas y organizaciones sociales, la Asociación Mexicana de Derecho a la Información (AMEDI), presentó una queja firmada por más de cien especialistas en telecomunicaciones entre ellos: Aleida Calleja presidenta de AMEDI, Raúl Trejo Delarbre, Gabriel Sosa Plata, Javier Corral Jurado, Aimée Vega Montiel, entre otros. La misiva fue dirigida al Pleno de la Comisión Federal de Competencia, en una parte de su contenido se indica:

“La alianza entre Televisa y Televisión Azteca para compartir la propiedad de Iusacell constituye una amenaza a la política de competencia del Estado mexicano, viola el artículo 28 constitucional que prohíbe los monopolios y transgrede flagrantemente la Ley Federal de Competencia Económica, recientemente reformada para fortalecer al organismo regulador. (...) La Constitución política de nuestro país prohíbe los monopolios y las prácticas monopólicas contrarias al interés público y obliga a las autoridades a perseguir con eficacia toda concentración o acaparamiento en una o pocas manos. Corresponde a la Cofeco proteger el proceso de competencia y libre concurrencia mediante la prevención y eliminación de, prácticas monopólicas y demás restricciones al funcionamiento eficiente y plural de los mercados de bienes y servicios.

⁵³ Sitio web del diario español (El Mundo, Madrid, España) <http://www.elmundo.es> (Fecha de Consulta 30 de enero de 2012).

En ningún otro país del mundo se ha visto que las dos empresas dominantes que compiten en el mercado de la televisión abierta se coludan para obstaculizar la entrada de nuevos competidores”⁵⁴.

Es importante señalar que Ricardo Salinas Pliego interpuso recursos legales durante el 2011 para impedir la alianza Televisa-Nextel, y un año después pareció inverosímil una alianza con su competidor directo en televisión abierta.

Primero, la Cofeco, dio a conocer su fallo el martes 7 de febrero de 2012, mediante el cual negó la posibilidad al gigante de medios Televisa de comprar la mitad de la operadora de telefonía móvil Iusacell. Entre las razones por las cuales no autorizó la fusión señalaba el organismo, es que la asociación entre Grupo Salinas y Grupo Televisa podría crear nuevos y poderosos incentivos económicos para que estas dos entidades no limitaran su alianza (a la operación conjunta de Iusacell) y en cambio se coludan en otros mercados. Esos mercados son: televisión abierta, televisión restringida, distribución de contenidos televisivos e inversión publicitaria en televisión.

Segundo, ambas empresas interpusieron el recurso de reconsideración que permite la *Ley Federal de Competencia*, después de 30 días así sucedió. Grupo Iusacell y Grupo Televisa presentaron el jueves 15 de marzo de 2012 el recurso jurídico ante la CFC, llama la atención que en esta ocasión las dos empresas presentaron por separado sus recursos de reconsideración.

Tercero, el jueves 14 de junio de 2012 la Comisión Federal de Competencia aprobó la fusión donde Televisa adquirió el 50 por ciento de Iusacell, aunque hubo algunas condiciones, por ejemplo, desistirse de interponer litigios al proceso de la licitación de frecuencias de televisión, la tercera cadena

“Televisa-Iusacell se convertirá en el primer gran jugador del mercado con la posibilidad de ofrecer servicios de cuádruple play (telefonía móvil, fija, Internet y TV de paga), adelantándose a las empresas del hombre más rico del mundo, Carlos Slim, en este

⁵⁴ Sitio web de la Asociación Mexicana de Derecho a la Información (AMEDI, Distrito Federal, México) <http://www.amedi.org.mx> (Fecha de Consulta: 29 de Enero de 2012).

segmento. Grupo Televisa, a través de sus marcas Cablemás, Cablevisión, TVI y Sky, cuenta con más del 50 por ciento del mercado de televisión de paga; asimismo, con estas operadoras ya ofrece servicios de triple play. Iusacell cuenta con el 6 por ciento del mercado de telefonía móvil, además firmó un acuerdo con su rival Telefónica (que opera en México la marca Movistar) para compartir su infraestructura y ampliar su alcance”⁵⁵.

Por qué es importante lo anterior, 13 millones de personas tienen acceso a televisión de paga en el País; Sky está presente con 33 por ciento le siguen Megacable con 17 por ciento de los suscriptores y Dish con 16 por ciento. La compra del 50 por ciento de las acciones de Iusacell por parte de Televisa, permitirían a ésta ofrecer el cuádruple play, posiblemente a través de Total Play (propiedad de Grupo Salinas). Grupo Televisa estaría presente en el mercado de la televisión de paga con: Cablevisión (Yoo), Sky (VeTv) sin olvidar su participación en: Cablemás, Cablevisión Monterrey, Bestel, la fibra óptica de la CFE. Al respecto Dish México a través de un comunicado aseguró que ambas televisoras (Televisa y Azteca) le han impedido anunciarse en sus canales de televisión abierta y en el resto de los medios de comunicación que controlan.

2.9 La televisión a través de internet

“Internet es el tejido de nuestras vidas en este momento. No es futuro. Es presente. Internet es un medio para todo, que interactúa con el conjunto de la sociedad y, de hecho, a pesar de ser tan reciente, en su forma societal”⁵⁶.

Si una herramienta de comunicación se ha consolidado en unos cuantos años es internet. Entre las muchas cosas que ofrece la web; está la de transmitir datos o video, en algunas páginas de internet podemos encontrar televisión, y no sólo la abierta, de hecho, hay canales privados; existen *blogs* que se especializan en subir la señal (que en realidad es un espejo de la original). La calidad varía, hay que recordar que depende de la conexión que tenga cada ordenador y del proveedor. Incluso los televisores normales ya no son tan comunes, el

⁵⁵ Sigler, Edgar. “La CFC avala fusión Televisa-Iusacell” en *CNNExpansión*, Ciudad de México. Disponible en <http://tinyurl.com/Tesistvdepaga4> (Fecha de consulta 17 de junio de 2012).

⁵⁶ Castells, Manuel. (2001) “Internet y La Sociedad Red” en *Grupo de Tecnología Educativa* (En línea). Disponible en <http://tecnologiaedu.us.es/cuestionario/bibliovir/106.pdf> [Fecha de consulta: 21 de agosto de 2011].

crecimiento del mercado ha modificado los prototipos de televisor, en la actualidad los nuevos modelos permiten la conexión a la red.

Un ejemplo, en México Grupo Televisa a través de su filial Sky compró los derechos de transmisión de las selecciones mexicanas de fútbol para todas sus competiciones de 2011: Mundial Femenil 2011, Copa Oro 2011, Copa América 2011, Mundial Sub 17⁵⁷, Mundial Sub 20. Pues hay que mencionar que todo lo que se refiera a la selección mexicana significa un gran negocio. Entonces Sky garantizó a sus suscriptores exclusividad para ver todos los partidos a través de sus canales, excepto los partidos que disputó México, éstos fueron transmitidos por señal abierta en Televisa y Tv Azteca.

Resulta que no todos tienen Sky, pero vale la pena recordar, que esta empresa maneja un gran porcentaje de signatarios en DTH; no obstante, aquellos que tienen internet podían ver la mayoría de los partidos, algunas personas buscan a través de la web, blogs donde suben este tipo de transmisiones.

Un dato: YouTube mencionó en mayo de 2010, que recibía más de 2 mil millones de visitas diarias; es importante mencionar, que en la actualidad es uno de los sitios más concurridos en la red, por consiguiente, ha tratado de utilizar su plataforma para crecer. Por ejemplo, este sitio compró los derechos de la Copa América 2011 realizada en Argentina. YouTube transmitió en vivo los 26 partidos en tres idiomas diferentes y cualquiera que tuviera acceso a internet pudo verlos. De igual forma, subió resúmenes de los encuentros disputados. Hay que añadir que también transmite conciertos en vivo a nivel mundial.

Otro ejemplo más de cómo avanza la televisión por internet: hace algunos años apareció un servicio llamado Netflix; éste funciona para los Smart TVs, en otras palabras, para los televisores con conexión a internet, consolas de videojuegos, tablets y para PC. La dinámica es sencilla: quien tenga acceso a la web a través de cualquiera de estos dispositivos y esté dispuesto a pagar una cuota mensual de 99 pesos, podrá disfrutar de un amplio catálogo de películas y series. El formato es similar al de un video club; es decir, alquilar películas o series,

⁵⁷ Este mundial fue disputado en nuestro país y lo ganó la selección de México.

la ventaja es que no hay que salir del hogar para trasladarse al videoclub, aunque deben estar conectados a la red.

Dentro de las *Jornadas Nuevos Modelos para la Distribución del Cine y el Audiovisual* que se llevó a cabo del 22 al 24 de marzo de 2012 en la Ciudad de México, Jason Ropell, vicepresidente de Adquisición de Contenidos a cargo de licencias internacionales para el contenido señaló durante su ponencia: “En Netflix tenemos diferentes licencias o permisos para dar una oportunidad después de ser estrenadas las películas, asimismo diversifica sus contenidos con base en los convenios con socios de distintos territorios. Se cuenta con muchos dispositivos tecnológicos para ampliar el servicio”. Con poco ancho de banda, el usuario puede obtener calidad. El mecanismo de personalización permite ubicar públicos segmentados para ofrecer contenidos mejor dirigidos.

Como colofón, la plataforma de video es totalmente legal y este modelo *on demand* es visto como el futuro de la distribución de cine y el audiovisual, pues se le augura un éxito en los años venideros. De hecho, Netflix no es el único que ofrece este servicio en México, al mercado de televisión online, se han sumado, ClaroVideo, de América Móvil; TotalMovie, de Grupo Salinas; Vudu, de Walmart; Klic, de Cinépolis y Televisa lanzará Veo.

Algunos canales de televisión de paga permiten que los usuarios puedan ver la programación a través de internet en dispositivos móviles (*Smartphone, tablets*) y PC, simplemente tienen que registrarse con la compañía de televisión de paga en la que están suscritos y con su datos, su número de cliente y una contraseña, pueden varios programas, por ejemplo, Dish, Axtel Tv, Cablecom, Mecacable, son algunos de los proveedores en México que les dan una opción más a sus clientes sin ningún cargo extra.

Capítulo III La televisión de paga como instrumento simbólico y cultural en la sociedad mexicana.

En este tercer capítulo se analiza la participación de los consumidores, y la transición de éstos en dirección a los bienes de las industrias culturales, sin soslayar que algunos medios de comunicación pueden llegar a significar movilidad social, sobre todo por los cambios sociales que se vuelven cada vez más visibles. La población se incrementa en todo el mundo, algunos países recientes más que otros las alteraciones que provoca la globalización.

Manuel Castells en su libro, *Comunicación y Poder*, señala que la revolución tecnológica modifica la base de la sociedad a un ritmo acelerado, de igual forma, aborda el proceso de globalización que amenaza con hacer imprescindibles las redes de información. La contribución de las nuevas tecnologías sobre la cultura de los medios de comunicación en la cotidianidad de la vida de las personas, ha alterado sus prácticas de comunicación, incluso existe una rápida adopción de parte de los consumidores hacia estas industrias culturales (el cine, la televisión, los teléfonos, las computadoras conectadas a la red) que simplemente se instalan en las rutinas de la vida diaria.

Las características relacionadas con la televisión de paga y la noción de que ofrece una mejor programación: de eventos educativos, culturales, musicales, deportivos, artísticos, entre otros, ayudan en la adquisición de un importante conocimiento, desarrollo y transformación personal, porque contribuye a que cada vez más familias consuman estos productos. Los ciudadanos aspiran a un mejor estatus social, de manera que, contratar televisión de paga puede impulsar su desarrollo y la esperanza de un posible ascenso social y progreso cultural en su entorno social.

Paralelamente, Gabriel Careaga en su libro *La ciudad enmascarada* destaca que las grandes ciudades sufren transformaciones, sin olvidar que enfrentan problemas para organizarse. La base de la aglomeración metropolitana se encontraba en el aumento de la población que se produjo en el transcurso del siglo XIX. El sociólogo mexicano vaticinaba un vertiginoso hacinamiento colectivo, y una complejidad en el desarrollo industrial-tecnológico y

distribuciones inequitativas en los bienes de consumo. Es inevitable pensar que hay disparidad en accesos a empleos, lugares de residencia, bienes y servicios básicos, igualmente ahondan los problemas sociales, como la violencia, actividades delictivas, empleos informales. La sociedad se ve obligada a cohabitar en el mismo espacio, esto merma las condiciones de la estructura social.

Es importante contextualizar el proceso histórico de México, éste ha estado marcado por disparidades que iniciaron desde la conquista, la organización social se desarrolló en la Nueva España y benefició a la Corona, en términos económicos, eventualmente sentó las bases que le ayudaron a mantener el poder político por siglos. Posteriormente, en la Revolución Mexicana, los habitantes habían sido relegados por el Estado, los recursos del país eran para una minoría, en otras palabras, para las personas que estaban instaladas en el poder y obtenían grandes beneficios del gobierno, ante esta situación miles de personas pugnaron por el acceso a mejores condiciones sociales, este movimiento social dejó una profunda herida que no ha podido subsanar.

En lo que se refiere a la estructura social, y cómo afecta dentro de la sociedad mexicana, es necesario auxiliarse de los conceptos de José Iturriaga; este autor señala que el crecimiento de la población está intrínsecamente ligado a la evolución de las clases sociales, simultáneamente durante dicho proceso se han alterado los hábitos, conductas y costumbres sociales, estos modelos configuran el aspecto de las actividades económicas, culturales y políticas, en la sociedad mexicana. Bajo esta misma línea, Gabriel Careaga en su texto *Mitos y fantasías de la clase media en México*, detalla aspectos fundamentales de nuestra sociedad, en concomitancia con la cultura española, que moldearon el escenario histórico del desarrollo de la clase media en México.

Sin olvidar uno de los principales puntos de este capítulo, es necesario explicar la polisemia de la palabra cultura y cómo es utilizada. Gilberto Giménez, ha desmenuzado el término desde la antropología cultural y su concepción generalizada desde los años cincuenta del siglo pasado, en donde la definían como pautas o esquemas de comportamientos aprendidos, con el andar de los años esta concepción se ha transformado hasta entenderla

como pautas de sentido o de significado. De hecho, se apoya en un término que Clifford Geertz llamó “concepción simbólica de la cultura”, éste es el principal concepto que prevalece en nuestros días con ligeras variantes y reformulaciones.

Ahora bien, hay que tener en cuenta que la televisión se ha convertido en parte de nuestra vida social y cultural, ha sabido adaptarse a los tiempos; su influencia sigue siendo fuerte pese al surgimiento de nuevas tecnologías, es por esto que los espectadores son forjados por la cultura de los medios de comunicación. La pantalla chica se renueva con el paso del tiempo; por ejemplo, las marcas compiten por crear modelos de una televisión perfecta, una oleada de interfaces, una imagen nítida digital, para todos los gustos, aunque no para todos los consumidores, algunos televisores resultan onerosos, en particular porque los aparatos son sustituibles con el paso del tiempo.

Son muchos los elementos que predominan en el ambiente del consumidor, y afectan las categorías básicas de nuestra percepción. Zygmunt Bauman menciona que vivimos en una sociedad de consumidores, para este autor ser consumidor es usar las cosas, comerlas, vestirse con ellas, utilizarlas para jugar y, en general satisfacer –a través de ellas- nuestras necesidades y deseos. Cada familia decide dentro de su entorno qué va a comprar, y cómo va a utilizar los servicios que adquieren, esto provoca nuevas prácticas de las personas: “Puesto que el dinero (en la mayoría de los casos y en casi todo el mundo) media entre el deseo y su satisfacción, ser consumidor significa apropiarse de las cosas destinadas al consumo; comprarlas pagar por ellas y de este modo convertirlas en algo de nuestra exclusiva propiedad, impidiendo que los otros las usen sin nuestro consentimiento”⁵⁸

El sociólogo polaco expone que los constantes cambios en los hábitos de consumo son relegados a la primera oportunidad: por eso, un consumidor no debería aferrarse a nada, ni comprometerse con nada, jamás debería suponer satisfecha una necesidad y no uno sólo de sus deseos podría ser considerado el último. Claro, si se toma en cuenta, que las ofertas de las industrias culturales se modifican constantemente, lo mismo sucede con el hábito del consumidor: muda o se ajusta hasta que aparezca algo más novedoso volviéndose cíclico.

⁵⁸ Bauman, Zygmunt. *Trabajo Consumismo y Nuevos Pobres*, ed. Gedisa, Barcelona, 1998.

La televisión restringida juega un papel significativo, porque aquel que no tiene acceso a ésta, en algún momento podría aspirar a ella; hay que aclarar que no en todos los casos se cumple esta regla, a menudo son más vulnerables las personas que están expuestas más tiempo frente al televisor, asimismo la tv abierta se vuelve tan predecible o tal vez demanda un cambio, por eso en un futuro las personas pueden tener la oportunidad de considerar otras opciones, aquellos que cuentan con tv restringida su deseo también puede variar en los años venideros, es decir, evolucionan. No sólo existe el ejemplo de la televisión, hay otros: como el automóvil, los celulares, la ropa y los aparatos electrónicos.

Los medios de comunicación son los encargados de difundir mercancías, costumbres, hábitos. La televisión como principal medio refuerza esta actividad. Stuart Hall los define como aparatos sociales, económicos y técnicamente organizados para la producción de mensajes y signos ordenados en discursos complejos: “mercancías simbólicas”. No obstante, para que exista una producción de los mensajes simbólicos debe hallarse un espacio donde se concentren.

Paralelamente, Mc. Luhan menciona en su texto sobre la *Aldea Global Transformaciones en la vida y en los medios de comunicación mundiales en el siglo XXI*, que la cultura mundial está en constante cambio para poder aceptar un modo de percepción totalmente distinta de los núcleos dinámicos: “En La Aldea Global hemos limitado nuestro análisis más difundido al próximo impacto mundial de las tecnologías relacionadas con el video las que, en su forma actual, pronostican un futuro irreversible”⁵⁹. Las transformaciones tecnológicas en la actualidad fomentan la globalización y fortalecen los medios de comunicación que impactan en las sociedades.

La televisión es una invención humana que se ha convertido en parte fundamental de la vida diaria, de las formas de construir y de crear comunidades con afinidades; aun así, existe un espacio entre quienes poseen el dinero y aquellos que consumen los objetos, productos, marcas. Se altera el modo de informarnos y divertirnos, se modifican nuestros hábitos,

⁵⁹ Mc Luhan Marshall y B.R. Powers. *La Aldea Global Transformaciones en la vida y en los medios de comunicación mundiales en el siglo XXI*, ed. Gedisa Barcelona, 1989.

debido a la aceleración de los cambios. Entonces, encontramos personas con las mismas afinidades

“El abaratamiento relativo de la conexión a la pantalla no guarda proporciones con el precio de los productos que se publicitan en ella. Aumenta la cultura de expectativas de consumo y de frustración o sublimación de aquéllas. El individuo medio de una sociedad periférica se ve obligado a disociar entre un amplio menú de consumo simbólico y otro, mucho más restringido, de acceso al progreso material, y, a una mayor participación en la carreta del progreso. La ecuación de la síntesis entre consumo material y consumo simbólico, promesa histórica del desarrollo o de su discurso, debe recomponerse en la cabeza de la gran mayoría de latinoamericanos que se tragó el cuento de la modernización con happy end incluido”⁶⁰.

La cultura es pieza esencial para entender la condición humana, las prácticas sociales y la forma de interactuar de la gente en la vida diaria. En México los habitantes desarrollan una cultura que aprenden con el tiempo, mediante los usos y costumbres que se entretajan con distintos fenómenos independientemente del estrato social y de las actividades que realizan; hay elementos que la nutren, pues están influidos por los hábitos, gustos, vestimenta, pasatiempos, adopción política, medios masivos de comunicación, idiomas, valores e intereses. La cultura mexicana, al igual que en otros países, se fortalece de muchos factores: economía, política, instituciones, y está en constantes cambios, originados por la globalización, que vienen de la mano con la oleada tecnológica y afectan el centro de las sociedades tradicionales, las más expuestas son las naciones en vías de desarrollo.

Los orígenes de la cultura mexicana son un entrevero de varias costumbres especialmente de Europa y América. Samuel Ramos describió en *El perfil del hombre y la cultura en México*, que no se pueden negar nuestras raíces, a pesar de haber sido colonizados. En este proceso intervienen tradiciones culturales, religión, modelos políticos, entre otros. Es difícil conservar ciertos valores, cuando las barreras de la información se han desmoronado y los avances tecnológicos ocasionan nuevos hábitos, aun cuando hay una imitación, y es inevitable que en

⁶⁰ Barbero, J.M. et al. *Cultura y globalización*. Universidad Nacional de Colombia, 1999.

las circunstancias actuales donde los medios han crecido sobremanera, la circulación de información y de expresiones culturales transiten rápidamente.

Ahora bien, desde hace varios siglos el término cultura ha adquirido distintas acepciones, y es el centro de atención en la vida social, sobre todo de la filosofía y la ciencias sociales, que han debatido sobre el objeto individual y colectivo de las acciones humanas; es decir, existen distintas aplicaciones de esta expresión, a su vez se han producido discursos contradictorios; sin embargo, su principal objetivo es descifrar la forma de pensar y actuar de las distintas sociedades, debido a que, comunidades, pueblos, naciones son portadoras de cultura. Cada una de éstas cuenta con prácticas, tradiciones y costumbres que viven cotidianamente, en algunos casos se diferencian de otras, pues cada una depende de un código, lenguaje y/o modo de vida.

Gilberto Giménez Montiel, en su texto *Teoría y análisis de la cultura* hace un repaso de las disciplinas y de los distintos autores que han aportado sus conceptos; la primera fue la filosofía, gracias a ella se han reformulado diversas tradiciones históricas. La cultura en sus inicios fue vista como patrimonio científico, artístico-literario, un ideal de vida colectiva que abarcaba la totalidad de las acciones humanas, no obstante, la burguesía arbitrariamente señala bajo el nombre de civilidad o civilización, su propio ideal de progreso, esto es la alta cultura como la única distinguida; las bellas artes, literatura, música, teatro, “patrimonio cultural” todas provenientes de Europa.

En la visión antropológica se rompe con la tradición eurocentrista que restringe a la cultura, y la sustituyen por una “concepción total”. Levi Strauss habla de los pueblos sin excepción como portadores de cultura, una igualdad de los hechos culturales. Edward Burnet Taylor propuso, la idea de que todo individuo, como miembro de una sociedad, desarrolla hábitos denominados “Cultura Primitiva”, en sus argumentos destaca que entre las sociedades distantes había ciertas afinidades. Gilberto Giménez, explica que dentro de la antropología hay polémica, porque Malinowsky, de tradición británica, habla de “herencia cultural” esto es:

“La cultura se concibe como el conjunto de respuestas institucionalizadas (y por lo tanto socialmente heredadas) a las necesidades primarias y derivadas del grupo. Las necesidades primarias serían aquellas que remiten al sustrato biológico del hombre, mientras que las derivadas serían resultantes de la diversidad de respuestas ya dadas a las necesidades primarias”⁶¹.

Distintas tradiciones han interpretado a la cultura de acuerdo al comportamiento del hombre en su entorno y la forma en que cohabitan todos los miembros del grupo. Es importante para los estudios que se han hecho, señalar que es imposible disociarla de sus funciones práctico-sociales, religiosas, ceremoniales: “El hombre es un animal inserto en tramas de significación que él mismo ha tejido, la cultura es esa urdimbre y el análisis de ésta ha de ser por lo tanto, no una ciencia experimental en busca de leyes, sino una ciencia interpretativa en busca de significaciones”⁶².

De acuerdo con Gilberto Giménez, Clifford Geertz propuso en la década de los setenta conceptos sobre acciones simbólicas y procesos de significación, es decir, un conjunto de hechos emblemáticos presentes en las comunidades, estos son las representaciones sociales materializadas y que pueden ser expresiones, artefactos, acciones, acontecimientos, y alguna cualidad o relación. “En efecto todo puede servir como soporte simbólico de significados culturales; no sólo la cadena fónica o la escritura, sino también los modos de comportamiento, prácticas sociales, usos y costumbres, vestido alimentación, vivienda objetos y artefactos, la organización del espacio y del tiempo en ciclos festivos.”⁶³.

El carácter de simbólico ocupa un cúmulo de procesos sociales de significación y comunicaciones. Geertz acuñó este concepto equilibrándolo con cultura, en su idea de “telarañas de significados” al señalar que el ser humano es un animal suspendido en una red que él mismo ha tejido. Por su parte, Gilberto Giménez sostiene que la cultura se encuentra en todas partes, es decir, en muchas manifestaciones de la vida individual y colectiva, aun así, el símbolo no se agota en su función de signo, de hecho aborda los diferentes empleos que

⁶¹ Giménez Montiel, Gilberto. *Teoría y Análisis de la Cultura, Volumen I*, CONACULTA, México, 2005, pp. 43.

⁶² Geertz Clifford. *La interpretación de las culturas*, Gedisa, Barcelona, 2003

⁶³ Giménez Montiel, Gilberto. *Teoría y Análisis de la Cultura, Volumen I*, CONACULTA, México, 2005, pp. 68.

por mediación de la significación hacen de él los individuos para posteriormente mudarlo para sí mismos, por consiguiente los sistemas simbólicos son simultáneamente representaciones.

Es indudable que hay diferentes modos de clasificar a la cultura: alta cultura, culturas folklóricas, cultura de masas, culturas populares. Gilberto Giménez explica que las sociedades contemporáneas están en proceso de transición de la modernidad a la postmodernidad, y para ilustrar este cambio compara la cultura moderna con la postmoderna. Destaca tres características principales de la cultura moderna: la diferenciación, la racionalización y la mercantilización⁶⁴.

- *La diferenciación* implica la automatización creciente de las distintas esferas de la sociedad: la económica, la política, la social y la cultural. Cada una desarrolla sus propias instituciones. La cultura, por lo tanto, tiende a separarse de otros aspectos de la vida social, es producida por especialistas formados en instituciones particulares (por ejemplo, las escuelas de arte) y es consumida en lugares específicos.
- *La racionalización* ha afectado a la cultura moderna, aunque no con la misma amplitud y profundidad que la diferenciación. La reproducción de las formas de arte ha hecho posible la recreación y la copia de la cultura en todas sus formas.
- *La mercantilización* convierte los productos culturales en mercancías que pueden comprarse y venderse, si bien, no implica necesariamente la degeneración de los valores estéticos, si depende de los recursos necesarios para poder elegir lo que se consume. En los inicios de la modernidad únicamente las clases altas podían hacer esto; no obstante, con las transformaciones de la sociedad y sus esferas, la posibilidad de elegir lo que se consume se ha extendido a todas las clases. Este hecho no cancela la jerarquía de los gustos: en la modernidad la música clásica todavía se considera superior, por ejemplo, a la música popular.

⁶⁴ Giménez, Gilberto. “Cultura e identidades”, en *Revista Mexicana de Sociología*, Vol. 66, Número especial (Oct., 2004), pp. 77-99.

Los cambios que sufre la sociedad son tan vigorosos en nuestros días, que han conducido a un nuevo concepto llamado “postcultura”. Se caracteriza por la hiperdiferenciación, la hiperracionalización y la hipermercantilización⁶⁵. Cada uno de éstas amplía los procesos originados en la modernidad, tienen también por efecto revertir algunas de las tendencias observadas en la misma.

- La *hipermercantilización* señala que todas las áreas de la vida social han sido mercantilizadas. Hoy en día, el núcleo familiar ha sido invadido por el marketing incesante. Los miembros de una misma familia tienden a consumir productos diferentes y a elegir estilos de vida individuales, es decir, ya no existe una cultura familiar uniforme. Del mismo modo, los miembros de una misma clase ya no comparten los mismos gustos, salvo que tienden a elegir dentro de una amplia oferta de estilos de vida. Éstos ya no se asocian con grupos específicos ni están condicionados por factores externos, sino que dependen sólo de las preferencias personales.

- La *hiperracionalización* establece el uso de la tecnología para extender y privatizar el consumo cultural (v.g. grabadoras, Tv por satélite, videos, internet). Este proceso también permite a los individuos elegir su propio estilo de vida. Los eventos culturales públicos, como el teatro y los conciertos, son cada vez menos importantes.

- Por último, la *hiperdiferenciación* evidencia el desarrollo de una heterogeneidad de formas culturales, sin que ninguna de ellas predomine o presuma ser de mayor jerarquía.

En efecto, los conceptos mencionados por Gilberto Giménez, son importantes para entender la incorporación de nuevas configuraciones culturales que están sujetas al cambio, si de antemano el término cultura estaba esencialmente ligado a herencia, tradición y territorio, durante el proceso de globalización, nuevas tecnologías de información y comunicación, vienen a disipar la barrera de las diferentes formas de cultura, en particular la distinción entre alta cultura y cultura popular, por lo que la primera ha dejado de ser la única legítima. Esto se explica del siguiente modo; hay un proceso de imitación en la posesión de bienes materiales que son generados y transmitidos por los medios de comunicación masiva. El principal es la

⁶⁵ *Ibidem.*

televisión, encargada de crear estereotipos, a través de su influencia sobre las personas, otro ejemplo cercano es la televisión de paga, si bien es cierto que hay cierta similitud entre los productos culturales (Sky, Dish, Cablevisión) las marcas inducen diferencias culturales, por el contenido, precio y calidad de los productos que ofrecen. La cultura es importante para entender los problemas que aquejan a la sociedad, sobre todo, la forma de organización y las relaciones sociales.

3.1 Clases sociales en México

Del siglo XV al XVI se estableció la forma en que la población estaría dividida, es decir, por estratos. Miguel Othón de Mendizábal señala que había cinco grupos principales: españoles nacidos en España, españoles nacidos en América (criollos), indios, negros y castas, estas últimas son el entretreído de varios elementos étnicos “En la estratificación de las clases étnico-sociales, el español y el criollo constituían teóricamente el estrato superior o privilegiado”⁶⁶. Pese a que, parecía que tenían los mismos derechos que los españoles peninsulares el rol de los criollos era inferior en diferentes aspectos. Durante el Porfiriato la estratificación de los grupos indígenas se componían por capas⁶⁷:

- Extranjeros: Norteamericanos, europeos.
- Criollos: Nuevos, moderados, conservadores, clero.
- Mestizos: Directores, profesionistas, empleados, militares, obreros superiores, pequeños propietarios y rancheros.
- Indígenas: clero inferior, soldados, obreros inferiores, propietarios comunales, jornaleros.

De acuerdo a esta clasificación la clase alta la conformaban los extranjeros, los criollos y una parte mínima de mestizos. La clase baja estaba compuesta por indígenas que representaban a la clase trabajadora; la clase media era una parte pequeña constituida por indígenas del clero inferior y sólo los mestizos propietarios o rancheros, hay que recordar que

⁶⁶ Othón de Mendizábal, M. et al., *Las clases sociales en México*, Nuestro tiempo, S. A. México, 1984, p. 9.

⁶⁷ *Ibidem.*, p.67.

los elementos que constituyen a la clase media en México aparecen durante el proceso de estabilización del país, con la etapa posrevolucionaria. En occidente a los grupos se les conoce como clases sociales, se ha mencionado a priori, que las desigualdades entre los individuos de una sociedad son innegables, y fomentan el contraste de oportunidades en las sociedades.

Es pertinente describir los conceptos y categorías que existen sobre las clases sociales y estratos sociales; entre los principales teóricos en México están, Gabriel Careaga y José E. Iturriaga. Estos sociólogos enfocan sus trabajos de investigación en la población urbana y rural, ponen de manifiesto al núcleo familiar como un cimiento importante de la organización social en nuestro país.

José E. Iturriaga analizó durante 1950, la importancia del sector agrícola en la vida social y cómo los cambios a la zona urbana se tornaron constantes, dicho de otra manera, una migración significativa de la población rural a las grandes urbes. Las personas cambiaron drásticamente sus hábitos, conductas y costumbres regionales por nuevos modelos en las ciudades. Este incremento se volvió más común en las siguientes décadas y posteriormente todo eso modificó el entorno de vida de las personas. El desplazamiento del campo a la ciudad por los campesinos provocó marginación, en muchos casos, la falta de calificación ocupacional, aumentó el desempleo. En la Ciudad de México, los flujos migratorios provenían de zonas de agricultura muy atrasada o con problemas locales, simultáneamente la mano de obra campesina se sujetó a condiciones de extrema pobreza y explotación en la urbe, porque se suscitó una lucha dentro de la clase obrera, entre los obreros nativos y los obreros rurales.

Es evidente que un parámetro para definir los estratos sociales, no sólo en México, sino en todo el mundo, es el poder económico individual y los recursos materiales; si bien, son un factor para constituir movilidad social, existen otras características que ayudan a acrecentar diferencias como: el estilo de vida, nivel educativo, y empleo. Gabriel Careaga toma como referencia las teorías de Marx al señalar que las clases sociales son el resultado de las contradicciones y de las luchas políticas dentro del sistema social, igualmente dentro del

pensamiento marxista encontramos varias formas de ordenar las clases sociales, por ejemplo; diferenciación en cuanto a propiedad, y órdenes productivos, hay que recordar que para Carlos Marx había dos grupos sociales opuestos: el proletariado y el burgués.

3.2 Clase alta

Sin lugar a dudas, Marx es uno de los principales autores en la teorización sobre clases sociales con su idea de las acciones históricas de un grupo sobre otro, en su libro *El Capital III* señala que existen tres grandes grupos sociales, los individuos que las forman, viven respectivamente de salario, ganancia y renta de la tierra, de la valorización de su fuerza de trabajo, su capital y su propiedad de la tierra; sin embargo, si algo destaca excesivamente es el sistema de producción, que se refiere a la estructura económica, sin soslayar el entorno político. Para Anthony Giddens, el problema de las clases es un tema vigente, señala que estas disparidades existen en todos los tipos de sociedades; por ello el sociólogo inglés realizó una investigación de la estructura de clases, en donde pone de manifiesto que las clases se distinguen a través de su nivel económico en la sociedad moderna. Bajo un análisis minucioso describe las antinomias entre los conceptos marxistas y el enfoque weberiano. Hay que recordar que Max Weber subrayó a los grupos de status y, el de asociaciones profesionales por encima del concepto de clase, menciona que a partir de la formulación de leyes -idea de Estado- junto a la burocracia son elementos fundamentales del capitalismo. “Las clases se basan en las diferencias económicas que existen entre los grupos de individuos y en las desigualdades en la posesión y control de los recursos materiales”⁶⁸. Entonces se puede observar cierta afinidad entre el concepto de propietarios de los medios de producción y los trabajadores, que carecen de éstos.

Giddens determina que las obras de Marx no proporcionan un análisis sistemático del concepto de clase, debido a que, para el marxismo la relación entre las clases se basa en la explotación, mejor dicho, las diferencias sociales se expresan entre quienes poseen y quienes no poseen los medios de producción, por ello resalta que el pensamiento marxista “no tiene que ver con la posición que las personas creen que tienen, sino en las condiciones objetivas

⁶⁸ Giddens Anthony. *Estratificación y estructura de clase*, Alianza, Madrid, 1999, p. 319.

que permiten a algunos tener un mejor acceso a las compensaciones materiales que otros”⁶⁹. Por su parte, el enfoque de Weber establece la relación económica junto con los conocimientos técnicos que influyen en la obtención de trabajo de los individuos, lo que significaría, que las personas mejor preparadas para llevar a cabo mejores condiciones laborales ganarían más y al mismo tiempo su situación de vida sería superior.

José Iturriaga expone que las clases sociales en México perfilaron su fisonomía en el movimiento social de 1910, al favorecer su movilidad social, esto se explica por la fusión de individuos pertenecientes a una clase social inferior, a otra superior. Ahora bien, Pierre Bourdieu desde su óptica analiza el mundo social de las luchas sociales y el rol que juegan en la cotidianidad doméstica, destaca dos posturas sobre el modo de conocimiento. El realista o constructivista, de la que es producto la noción de clase, asimismo pone de manifiesto que el espacio social (económico y cultural) es indispensable para distinguir las clases sociales “es posible rechazar la existencia de clases como grupos homogéneos de individuos diferenciados desde un punto de vista económico y social, constituidos objetivamente en grupos, y a la vez afirmar la existencia de un espacio de diferenciación económico y social”⁷⁰.

Es esencial el capital para que los agentes sociales puedan posicionarse en el espacio social, que constituyen los distintos hábitos y prácticas sociales, al mismo tiempo, es importante la herencia social, es decir, cada familia sigue una trayectoria y su papel en la sociedad puede cambiar en lo que denomina movilidad social, a través de las industrias culturales. Ver televisión abierta es muy distinto a consumir televisión de paga, hablar de televisión gratuita expresa, la cultura hegemónica del país (monopolio), pagar por un servicio, implica elegir contenidos y programas al libre albedrío en un abanico más amplio.

⁶⁹ *Ibidem.*, p. 322.

⁷⁰ Bourdieu, Pierre. “¿Cómo se hace una clase social? Sobre la existencia teórica y práctica de los grupos” en *Poder, derecho y clases sociales*, ed. Desclée de Brouwer, S.A., Bilbao, 2000, p. 101-129.

3.3 Clase media

La clase intermedia o también conocida en términos marxistas como “pequeños burgueses” son quienes disponen de modestos medios de producción a diferencia de la “alta burguesía”. Para Iturriaga el primer agente social que puede atribuírsele el mote de clase media es el artesano, pues su categoría en el feudalismo no podía ligársele con servidumbre ni con nobleza, por su nivel cultural respecto al de las clases populares, por ello, éste constituye la forma embrionaria de lo que posteriormente se conocería como clase media. A ésta se han ido incorporando, por ejemplo, los pequeños industriales, los pequeños comerciantes y los profesionistas. Hay que considerar que existen coincidencias entre la clase media y las clases superiores, José Iturriaga advierte que: “A costa de grandes sacrificios algunos sectores de la clase media simulan una posición social superior y suelen imitar usos y maneras de las clases altas”⁷¹.

El narrador mexicano Mariano Azuela en *Nueva burguesía* pone en el escenario una nueva clase social: es decir, la pequeña burguesía; ésta destaca cuando se inicia el proceso de estabilización del país luego de la revolución, al mismo tiempo, el literato jalisciense destapa la corrupción de los gobiernos.

Gabriel Careaga, con más elementos, desglosa el concepto de clase media en México a partir de la colonización y hasta las décadas más recientes; no obstante, recalca que se han imitado modelos del exterior. Su análisis más meticuloso lo realizó en la década de los setenta bajo el título de *Biografía de un joven de la clase media*, gracias a un estudio de caso en el que el sociólogo siguió los pasos de un joven de la Ciudad de México por un lapso de siete años, en este tiempo observó los altibajos, hábitos y características de una familia tradicional. Mediante una construcción literaria describe un fragmento de la vida de Omar y sus principales vivencias.

En este libro, Careaga acompañó y observó a Omar Martínez (de 1969 a 1975), parte del contenido de la obra gira en torno a su personalidad y los problemas de la adolescencia.

⁷¹ Iturriaga, José. *La estructura social y cultural en México*, Fondo de Cultura Económica, México, 1994, p. 61.

Advierte que no todos los chicos son iguales al protagonista; sin embargo, aclara que el comportamiento sociológico y psicológico de cierto sector tiene grandes coincidencias.

El nivel socioeconómico de la familia Martínez oscilaba entre la media baja, así pues destacaban entre los vecinos como los mejor posicionados. Gracias al buen estatus, Omar estudió la primaria en una escuela particular, lugar donde descolló con buenas notas, las primeras discrepancias se dieron entre su abuela materna y su padre por la formación pedagógica, inclusive se volvieron constantes los problemas al interior de la familia.

Omar creció en la colonia Narvarte en el Distrito Federal, parte de sus amigos eran chicos de escasos recursos, la manera en que se expresaban era mediante un lenguaje soez, de hecho su aprovechamiento escolar disminuyó. Con el transcurso de los años emigró de la colonia Narvarte a la Del Valle, asimismo, la interacción con los muchachos de su edad cambió notablemente, sobre todo porque la secundaria la cursó en una escuela de gobierno, a pesar de la buena situación económica de la familia que se encontraba en pleno escalamiento, tuvo que compartir; ideas, valores y costumbres para ser aceptado y evitar problemas entre los adolescentes. Su comportamiento cambió del niño conservador de primaria a un chico problemático de secundaria, un reflejo del círculo familiar.

Omar recibió varios regalos de su padre (v.g. moto, automóviles) se formó en él una nueva concepción de la vida, al mismo tiempo imitaba modelos europeos, o estadounidenses, excesivamente en el ámbito musical. Mientras avanzó en los niveles escolares variaba la forma de relacionarse, simultáneamente se resquebrajaba sus lazos familiares; no obstante, se volvían más constantes las fiestas, los bares y los vínculos amorosos. Con estos hábitos y problemas llegó hasta la Universidad, posteriormente concatenaba su carrera, con horas de clase en el CCH, al finalizar la carrera de Administración de Empresas, tuvo complicaciones por los difíciles gastos de manutención, pero firme con sus objetivos a los 25 años terminó su maestría, y claro la percepción era muy diferente a la de su pubertad⁷².

⁷² Careaga, Gabriel. *Biografía de un joven de la clase media*, Cal y Arena, México D.F., 2006.

De igual manera, el escritor y periodista José Agustín, a través de la literatura describe las transformaciones sociales de los jóvenes de los años sesentas, dentro del auge urbano, narra la vida que llevaban algunos chicos en la Ciudad de México, *De Perfil* muestra la crisis de los adolescentes, se enfoca en un joven que estudió la secundaria en una escuela privada, y la preparatoria en una pública, describe el ambiente de los adolescentes muchos de ellos tienen mayor libertad de expresión y en un entorno altamente politizado.

Otro libro de José Agustín es, *La Tumba*, tiene parangón con el estudio de caso que realizó Careaga. Esta novela relata la historia de Gabriel Guía, un joven de preparatoria presuntuoso, desinhibido; el protagonista es de clase media alta, se desenvuelve dentro de círculos opulentos, sus padres ponen poco interés en él, a Gabriel Guía le gusta estudiar, escribir, explorar, utilizar su automóvil para divertirse, y buscar relaciones ocasionales.

Otro literato que aborda el tema de clases sociales; es Parménides García Saldaña, en *El Rey Criollo* narra la historia de un joven fanático del Rock, con leves problemas familiares, disfruta la compañía de sus amigos, no tienen límites al expresarse, en muchos aspectos se asemeja a Gabriel Guía personaje de *La Tumba*. Estas novelas son importantes porque a través de la tinta, escritores demuestran la esencia de un sector de la población.

Careaga coincide con José E. Iturriaga, y señala que la clase media, o como él la denomina “el pequeño burgués”, está formada por:

“Los burócratas, los empleados, los pequeños comerciantes, los profesionistas, los intelectuales, los estudiantes, los técnicos, los gerentes de banco, los ejecutivos, las secretarías, en una palabra, los hombres y las mujeres que permiten la ligazón entre proletariado y burguesía. Se mueven dentro de un mundo de mistificación, de ilusiones, de sueños desafortunados, de frustraciones constantes, de sentimentalismo creciente, su mundo es ideológico, es decir, está mistificado”⁷³

Son quienes forman la clase media en México, posteriormente socava en los anales de la historia para entender el proceso de transición de la sociedad mexicana, desde la colonización.

⁷³ Careaga, Gabriel. *Mitos y fantasías de la clase media en México*, Cal y Arena, México D.F, 1990, p. 21.

Comienza por señalar los conflictos entre los pueblos indígenas que permitieron un asequible triunfo español. A partir de aquí, Gabriel Careaga describe a la primera clase media; es decir, los criollos, éstos se caracterizaban por la riqueza de su vestuario, la manera fastuosa de vivir, y de mostrarse ante los demás, destaca la forma en que es relegado de los temas políticos, lo que significó un cambio en su estilo de pensar, esto ayudó a una nueva visión del país que llegó con violencia y libertad, asistidos por la clase popular en busca de un nuevo gobierno, de igual manera, la diferencia entre ambas clases impidió coadyuvar un proyecto sólido, desde entonces la clase media sufre entre “no soy el que soy: soy el que seré: soy el que ha elegido ser”.

Durante los albores del siglo XX la clase media se transformó, al grado de ser un factor sólido en la revolución de 1910, no sólo en la vida social, igualmente dentro de la política: “La ideología de movilidad social de los hombres de la clase media se reflejará en el deseo de que a toda costa sus hijos estudien en la Universidad y obtengan un título que será garantía de éxito y de poder social, para avanzar en la estructura social”⁷⁴. Hay que reconocer que lo hicieron imitando el modelo de los vecinos del norte, a través del estilo de vida del estadounidense; ropa, aparatos eléctricos y sus programas de televisión.

Al respecto, Samuel Ramos dentro de su perfil del hombre mexicano, ha mostrado que hay muchos problemas en la concepción doméstica por su fácil manipulación y al mismo tiempo, en la imitación de otros modelos, él señalaba a Europa; sin embargo, desde hace varios años Estados Unidos se ha convertido en principal proveedor de ideas y pensamientos, simultáneamente evidencia que la falta de una transformación total se debe a un problema económico y de educación que limita a los habitantes. “El hombre parece desconocer el verdadero destino de las cosas cuando se pierde en la complacencia con la nueva técnica, como a menudo acontece”⁷⁵.

Entre la idea central de la familia, José Iturriaga, señalaba que ésta “ha ido desapareciendo y, con ella, los atributos que la distinguían en el pasado: el apego a la tradición y cohesión familiares; el cuidado celoso del patrimonio familiar; la convivencia bajo un mismo techo de

⁷⁴ *Ibidém.*, p.58.

⁷⁵ Ramos, Samuel. *El perfil del hombre y la cultura en México*, Austral, México, 1957. p.105.

tres generaciones: el abuelo, los hijos y los nietos; el incontrastable prestigio del jefe del núcleo familiar y la docilidad absoluta de los que de él dependían”⁷⁶. Entonces, si en décadas anteriores se abordaba a la estructura familiar, ésta ha evolucionado junto con los cambios en la sociedad, por lo tanto, el comportamiento de las clases sociales también se ha modificado. Se pasó de una concepción culturalista, a una concepción simbólica.

3.4 Clase baja o popular

“Advertencia. En esta historia, ustedes encontrarán frases crudas, expresiones descarnadas, situaciones audaces... Pero me acojo al amplio criterio de ustedes, pues mi intención ha sido presentar una fiel estampa de estos personajes de nuestros barrios pobres-existentes en toda gran urbe- en donde, al lado de los siete pecados capitales, florecen todas las virtudes y noblezas y el más grande de los heroísmos: ¡el de la pobreza!

Habitantes del arrabal...en constante lucha contra su destino, que hacen del retruécano, el apodo y la frase oportuna, la sal que muchas veces falta a su mesa. A todas estas gentes sencillas y buenas, cuyo único pecado es el haber nacido pobres... va mi esfuerzo”⁷⁷

Así comienza la película de Ismael Rodríguez *Nosotros los pobres* (1947) una cinta con muchos matices, sobre todo por la exaltación de la “cultura popular”. La época de oro del cine mexicano se ha convertido en un catálogo sociológico, una descripción clara de elementos, costumbres, modos de vida y valores que conformaban uno de los periodos más significativos de nuestro país; que comenzaba a fortalecer su estabilidad y crecimiento económico, pese a que, en algunas cintas no se refleja.

Ismael Rodríguez, Alejandro Galindo, Luis Buñuel, son algunos de los cineastas más prolíficos que plasmaron en la pantalla grande un rostro de México. Carlos Monsiváis encuentra en las películas de Ismael Rodríguez un escenario de apariencia normal, “la conciencia de clase era sustituida por una mezcla de rencor social y chantaje sentimental”. Es importante señalar que los filmes son una narrativa visual que en la actualidad sirven como

⁷⁶ Iturriaga, José. *La estructura social y cultural en México*, Fondo de Cultura Económica, México, 1994, p. 12.

⁷⁷ *Nosotros los pobres* (1947). Película dirigida por Ismael Rodríguez. México, Producciones Rodríguez Hnos.

documentales de escenarios locales, luchas de clases, pero sobre todo la identidad de un país. Otras cintas como: *¡Esquina...bajan!* y *Hay lugar para...dos* (1948) del director Alejandro Galindo, captan de una manera más realista la vida urbana a través del ambiente, las costumbres, las bromas, sin olvidar el tono de voz. No se debe soslayar en este raudo recuento un filme que causó polémica en su estreno y que en la actualidad es considerada Patrimonio Cultural de la Humanidad por la UNESCO *Los Olvidados* (1950) de Luis Buñuel muestra los problemas que aquejaban a la ciudad, la miseria, la delincuencia, la violencia, y la realidad de los estratos sociales bajos.

Durante mucho tiempo se ha usado el término “popular” -que hace referencia al pueblo- y el cual fue acuñado por los antropólogos, y con una visión eurocentrista para referirse arbitrariamente a personas de escasos recursos o todo lo producido por ellos, en ocasiones suele usarse con énfasis peyorativos, para agredir a las personas con características: trabajadoras, subalterna, pobres, sobre todo por su estilo de vida. El concepto popular utilizado en este proyecto no debe ser interpretado equivocadamente y mucho menos es un oprobio para la clase baja, algunos autores lo manejan atinadamente.

En la historia de México existen películas, libros, anécdotas que retratan la vida simbólica de las personas, por ejemplo; un estudio que generó polémica fue el realizado por Oscar Lewis, este autor analizó a cinco familias y sus prácticas sociales en la década de los cincuenta, de acuerdo a los conceptos que se han estado manejando tres son de clase baja, una de clase media y una de clase alta, sin duda la familia Gutiérrez y los Martínez⁷⁸ destacan entre las demás por las limitantes económicas.

Antropología de la Pobreza describe la forma en que vivían las familias en aquellos días (hábitos, costumbres), la polémica radica en que el libro es un espejo del México posrevolucionario, y el retrato viviente de un segmento de esos millones de seres, si bien, no se aplica para todos, sí posee grandes características homogéneas.

⁷⁸ El autor señala al comienzo de su obra, que decidió cambiar los nombres y apellidos de las familias respetando la privacidad, pero sobre todo agradeciendo su apoyo.

El tercer caso es la familia Gutiérrez, en palabras de Lewis su morada se ubica en una de las zonas más pobres de la Ciudad de México, describe la vecindad como un lugar con toscas losas que formaban veredas para evitar el lodo, una hilera de doce viviendas con un solo cuarto sin ventanas, y una población de cincuenta y cuatro personas; así pues la vecindad de Panaderos formaba una comunidad. Nueve de las doce familias compartían lazos sanguíneos, al igual que en la vecindad de la Casa Grande la de Panaderos estaba formada por gente que precedía de varios estados de la República Mexicana, otros habían nacido en la periferia de la ciudad, las actividades de los inquilinos se dividían entre oficios y obreros en fábricas, algunos tenían sus puestos en los alrededores del barrio.

Guillermo Gutiérrez de su primer matrimonio tuvo tres hijos Lola, María, y Herminio su esposa Esmeralda lo abandonó para irse con un joyero, se quedó sin dinero pero pudo obtener la custodia de sus hijos, al transcurso de los años conoció a Julia una mujer acostumbrada a trabajar desde la niñez, a los catorce ella se unió con un hombre que no aportaba para la manutención de su familia, y además la golpeaba, de esa relación tuvo a Yolanda, y Maclovio. Guillermo necesitaba a una madre que criara a sus hijos, por ello platicó con Julia, a pesar de que ella era mayor ambos estuvieron de acuerdo en formar una familia, entre los objetos de mayor valor se encontraba una gran consola nueva con combinación de radio, tocadiscos, y pantalla de televisión; era el único mueble servible en toda la casa, esto lo obtuvo mediante el pago en abonos, su plan era venderlo en un futuro para comprarse un terreno, no le molestaban los rumores de los residentes, Guillermo consideraba que era pura envidia, porque algunos vecinos pagaban algunos centavos para ver programas en la noche. Julia proporcionaba alimento y ropa, por su parte el progenitor sufragaba el alquiler y la luz, el señor Gutiérrez tenía una visión emprendedora, si bien, a veces no se le daban las cosas; no paraba de intentar nuevos modelos que le retribuyeran ganancias, dentro del inmueble muchas veces aparecían los conflictos con otros inquilinos, y los problemas entre los descendientes se volvieron normales.

Como se ha dicho, Oscar Lewis tomó una muestra de cinco familias, para exponer las condiciones de vida y las prácticas culturales de los habitantes que carecían de recursos para salir adelante en una ciudad que daba esbozos de lo complicado que se volvería. Es importante aclarar que Lewis se inspiró en una cuestión asaz problemática que sucedió en Estados Unidos. Su compatriota, Michael Harrington escribió un texto *The Other America:*

Poverty in the United States (Cultura de la Pobreza), es decir, hay cierto parangón entre los dos trabajos. Harrington plantea como la década de los treinta los estadounidenses vivieron una de sus peores épocas, cabe recordar que dicho país estuvo involucrado en la primera guerra mundial, en los albores de 1920 la situación económica era excelente, a pesar de ello en 1929 derivó en la Gran Depresión que afectó a miles de personas y dejó a un país en crisis.

La obra “Cultura de la pobreza” demuestra la manera en que las pequeñas comunidades de distintos estados de Norteamérica se adhirieron a los constantes cambios para poder sobrevivir; sin embargo, no todos aceptaron esa renovación, y durante el proceso se fueron incorporando a nuevas prácticas que demandaba la sociedad en desarrollo, y las costumbres. “En los Estados Unidos existe una subcultura de la pobreza que a veces es briosa, efervescente y entusiasta. Es la única parte humorística de la otra Norteamérica. En ella viven los pobres que son intelectuales, bohemios, *beats*. Se esfuerzan posan ganan, o vuelven a la clase media de donde habitualmente provienen”⁷⁹.

Los Estados Unidos hicieron todo lo posible por salir del atolladero, y lograron ser una de las economías más sólidas del mundo. México, por su parte, continuó con el proceso de urbanización en la década de los sesenta, además de traer grandes movimientos migratorios limitó la disponibilidad de los recursos, un rezago en el nivel de infraestructura, carencia de vivienda, en otras palabras, los cambios urbanos engendraron diversas formas de socialización del acceso y del consumo, a servicios públicos del Estado.

El crecimiento económico y la estabilidad fue tan sólo un espejismo, pues la inestabilidad económica consolidó las diferencias sociales “A partir de 1968 se inició en el seno de la sociedad mexicana el desarrollo de una cultura de participación, encabezada por los valores de la clases medias, desde entonces entre numerosos grupos sociales se fue ampliando el interés por los asuntos públicos. Este simple hecho fue modificando la relación entre el Estado y sociedad”⁸⁰.

⁷⁹ Harrington, Michael. *Cultura de la pobreza en los Estados Unidos*, Fondo de Cultura Económica. México, 1965, p. 108.

⁸⁰ Loaeza Soledad. “La sociedad mexicana en el siglo XX” en Blanco, J. *México a fines de siglo*, Fondo de Cultura Económica, México, 1996, p. 126.

En nuestro país una mayor participación de parte de la clase media desembocó en la apertura del régimen político, hay que destacar, que durante este período algunos sectores de la población lograron mejorar sus condiciones de vida por medio de la movilidad social gracias a la educación pública gratuita, por ello no era excéntrico creer que un profesionista tuviera padres obreros. En realidad el crecimiento económico beneficiaba más a las grandes ciudades que a los pequeños pueblos donde el atraso era una realidad insoslayable. Las cosas fueron similares en los años venideros, si bien es cierto que se crearon instituciones y organismo que tenían el objetivo de aminorar la pobreza no sirvió de nada, un ejemplo claro, el repunte inflacionario propició la devaluación del peso en agosto de 1976, obligaron al país a contraer una deuda con el Fondo Monetario Internacional, intentando paliar el inicio de una devaluación.

El presente de México no es antagónico al período de la posrevolución y estabilidad económica, hay marcadas desigualdades, América Latina no está exenta de los nuevos modelos. Gabriel Careaga señala algunos de los problemas que toda gran ciudad debe enfrentar: “Abastecer de agua a una aglomeración urbana, proveer de infraestructura y energía, distribuir los alimentos requeridos, manipular toneladas de desechos, transportar a millones de trabajadores dentro del área urbana, atender la demanda de vivienda educación y salud”⁸¹. En el caso de la Ciudad de México ha crecido de forma desproporcionada, un sector importante de la población carece de muchos servicios, esto intensifica las desigualdades entre miembros de la sociedad.

Ahora bien, ¿Qué papel juegan los medios de comunicación masiva? hoy en día influyen en la fabricación de productos culturales, con la tecnología es inevitable la expansión, hoy lo popular es parte del proceso histórico; de manera que una expresión artística puede ser masificada con el avance de la tecnología, la familia contemporánea busca que las nuevas generaciones hagan lo posible para integrarse y no se rezaguen, la televisión es una de ellas:

“Si la televisión en América Latina tiene aún a la familia como unidad básica de audiencia es porque ella representa para las mayorías la situación primordial de

⁸¹ Careaga Gabriel. *La ciudad enmascarada*, Plaza y Janes, México D.F, 1985, p. 89.

reconocimiento. Y no puede entenderse el modo específico en que la televisión interpela a la familia sin interrogar la cotidianidad doméstica en cuanto a lugar social de una interpelación fundamental para los sectores populares”⁸².

3.5 La clase media en el 2013

En junio de 2013, el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (Inegi) dio a conocer su investigación titulada “Clases medias en México”, en este estudio señaló que de 2000 a 2010, hubo un aumento de la clase media en el país, esto es, pasó de 38.4 a 42.4 por ciento. El cuadro 6 muestra los porcentajes de cómo estaba conformada la estructura social.

“Los argumentos se basan en los porcentajes de población con acceso a bienes de consumo durables tales como los electrodomésticos y los de contenido tecnológico (telefonía celular); otras mediciones basadas sólo en criterios económicos establecen algún rango más o menos arbitrario alrededor de la mediana de los ingresos per cápita (mediciones relativas) o también, a partir de criterios diversos y estudios empíricos, establecen una cota mínima y una cota máxima de ingresos corrientes que definirían el espectro económico en el que cabría ubicar, a juicio del analista, a las clases medias del país”⁸³.

Cuadro 6. Clases sociales en México 2010-2013.

Clase social	Hogares/porcentaje	Personas/porcentaje
Alta	2.5	1.7
Media	39.1	42.4
Baja	55.1	59.1
Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI)		

De acuerdo al instituto la información fue suministrada por la Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares (ENIGH) 2010. Explica los aspectos conceptuales y metodológicos:

⁸² Barbero, J.M. *De los Medios a las Mediaciones Comunicación, Cultura y Hegemonía*, ed. Gustavo Gil S.A., Barcelona, 1987.

⁸³ Sitio del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (Inegi, México) <http://www.inegi.org.mx/> [Fecha de consulta 5 de agosto de 2013

“En esta investigación es esencial recalcar que no se parte de una noción preestablecida o normativa de lo que debe ser la clase media o se supone que sea. La filosofía aquí es enteramente distinta y consiste en la identificación de estratos o conglomerados de hogares que difieren cuantitativa y cualitativamente de otros conglomerados en la estratificación de hogares, quedando establecido con respecto a cuáles hay superioridad en gastos no ligados a la subsistencia lo mismo que en su composición en términos de escolaridad, inserción y status laboral así como en acceso a la propiedad. Es una identificación meramente estadística que deja abierta las posibilidades a los académicos y analistas para ensayar una descripción verbal que mejor sintetice y se adapte a los contenidos de esos estratos”⁸⁴.

El Inegi puso un ejemplo, si se seleccionara un hogar clase mediero al azar: Lo más probable es que ese hogar cuente al menos con computadora, gaste alrededor de 4,400 pesos al trimestre en consumir alimentos y bebidas fuera del hogar, haya quien tenga tarjeta de crédito así como un integrante inserto en el mercado laboral formal; lo encabece alguien que cuente al menos educación media superior y que su estado civil sea casado, conformando un hogar nuclear de cuatro personas.

Entonces aunque el estudio habla de un crecimiento de la clase media, la realidad es que la clase baja predomina. El Inegi aclaró en su investigación que hay una distinción entre clase baja y pobreza, es decir, pertenecer a la clase social baja no es sinónimo de pobreza.

“No necesariamente todos los miembros de clase baja son pobres en el sentido de que caigan debajo de un umbral normativo de ingresos y de acceso a bienes y servicios públicos que les impida ejercer sus capacidades básicas como miembros de la colectividad nacional (...)Una de las conclusiones que se desprenden del estudio exploratorio es que la pobreza más que constituir una clase social en sí misma es una condición que puede presentarse con mayor probabilidad para un segmento que corresponde al 55.1 por ciento de los hogares y 59.1 por ciento de la población del país”.

Ahora bien, el 29 de julio de 2013, el Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (Coneval) reveló que en México existían más de 53.3 millones de pobres, esto es, en el cuatrienio que va de 2008 a 2012 la cifra aumentó en 3.8 millones,

⁸⁴ *Ibidem*.

lo que significa el 7.6 por ciento. De acuerdo a su informe de pobreza en México, se considera pobre a la persona que tiene carencia social y su ingreso es insuficiente para sustentar los servicios básicos: educación, el acceso a la alimentación, a la seguridad social, calidad y espacios de la vivienda y acceso a servicios básicos en la vivienda.

La población que se encuentra en pobreza extrema, representa 9.8 por ciento, es decir, 11.5 millones de personas, el porcentaje es menor que lo publicado en 2010, cuando había 11.3 por ciento y sumaban 13 millones de personas en esa condición. El Coneval considera que quienes viven en pobreza extrema tienen tres o más carencias sociales y perciben un ingreso inferior a la línea de bienestar mínimo, entonces su ingreso total es menor al costo de la canasta alimentaria básica.

Ambas investigaciones ponen en tela de juicio el problema social de la desigualdad en México; por un lado el Inegi menciona que creció la clase media y por el otro el Coneval aseguró que la clase disminuyó. La realidad es que en la sociedad mexicana existe un rezago y muchas carencias, que el Estado no ha podido subsanar.

3.6 Clases sociales y medios

Los medios masivos de comunicación son los encargados de reforzar los sistemas simbólicos y los valores de la organización social, como se ha dicho, tienen la capacidad de atrapar y persuadir a los individuos, las nuevas tecnologías de comunicación producen cambios sociales.

Uno de los principales medios que se ha mantenido durante varios siglos es la prensa, si bien, en este escrito no se ahonda sobre sus orígenes, sí es importante mencionar su participación en este país, parte desde los albores de la Revolución Mexicana. Antes de este movimiento la clase alta tenía el mayor acceso a los periódicos, hay que tener en cuenta el alto grado de analfabetismo de la clase baja ocasionado por las malas políticas del Porfiriato, cifras del INEGI, señalan que en 1895 había 8 millones 500 mil personas de 10 años en adelante que no sabían leer ni escribir, representaban 82.1 por ciento de la población total. A pesar de los datos estremecedores, la prensa tuvo un papel significativo durante el

levantamiento, algunos semanarios dejaron claras sus posturas críticas en contra del gobierno de Porfirio Díaz, por ejemplo; durante los primeros meses de 1900, los artículos del periódico *Regeneración*⁸⁵ iban dirigidos a enaltecer la lucha por la justicia, asimismo evidenciaban la mala administración y la impunidad de sus funcionarios, y exhortaba a educar a la población.

El origen de la radio en México data de comienzos de los años veinte del siglo XX, los primeros en adquirir los aparatos de radiodifusión fueron principalmente las personas con un nivel socioeconómico alto, aunque con el transcurso de los años poco a poco fue penetrando en todos los estratos sociales. De acuerdo con datos que ofrece el INEGI, en su apartado de Hogares con radio, ver cuadro 7, el 79.3 por ciento de las personas en 2012 poseían un radio.

Como se expresó en el primer capítulo de esta tesis, la televisión inició transmisiones oficialmente en 1950, cabe destacar que previamente se habían hecho varios experimentos con la transmisión de imágenes a cargo del Ingeniero Guillermo González Camarena, sólo existían cinco mil aparatos receptores en todo el país, mientras tanto en Estados Unidos la cifra era de 10 millones. Para 1952 la cantidad de aparatos aumentó a 20 mil. Los precios de los televisores modelo 1951 fluctuaban entre dos mil 500 y tres mil pesos, las únicas personas capaces de comprar televisores fueron las de clase alta. A diferencia de la radio, la televisión tardó más años en introducirse en los sectores sociales. Carlos Monsiváis describe que “desde 1952 la televisión forma y conforma los nuevos sueños. A los padres de familia de las clases populares les toca vislumbrar la increíble suerte de sus hijos, increíble si se evoca la suerte de los padres y los abuelos, y más bien melancólica en sus propios términos”⁸⁶. Cada día hay cambios en todas las esferas de la sociedad, las personas se adaptan y asimilan las nuevas tecnologías, con el deseo de cambiar los vetustos aparatos electrónicos; como evidencia en el cuadro 7, en 2012; el 94.9 por ciento de las viviendas en el país contaban con un televisor.

Otro medio masivo de comunicación es internet, los primeros experimentos fueron en la década de los sesenta; no obstante, el verdadero desarrollo comenzó en los noventa y cada

⁸⁵ Periódico independiente, dirigido por Jesús Flores Magón y Antonio Horcasitas y administrado también por Ricardo Flores Magón.

⁸⁶ Monsiváis Carlos. *Pedro Infante: Las Leyes del querer*, Ed Aguilar, México, 2008.

vez toma mayor fuerza, como uno de los principales medios de comunicación en el mundo, sobre todo, por la inmensa cantidad de usos, v.g. obtener información en general, redes sociales, correo electrónico, juegos, descargas de música y video, chat, películas. En nuestro país existe una marcada desigualdad de accesos a las tecnologías digitales, además la falta de calificación para manejar estas nuevas herramientas crea un rezago, el doctor Raúl Trejo evidencia que el acceso a la red, “Desde ahora diferencia a los ricos y a los pobres. Las carencias de estos últimos son tantas y tan abrumadoras, que es difícil admitir, que el acceso a tal información sea el bien esencial. Hay otros recursos que los países pobres quisieran contar, antes que la conexión a internet”⁸⁷ son necesidades básicas que deben cubrirse; alimentación, vivienda, salud y educación. El cuadro 7 con estadísticas sobre disponibilidad y uso de las tecnologías de información y comunicaciones en los hogares, abarca un cuatrienio, en él se muestra el acceso a las tecnologías digitales.

Cuadro 7. Penetración de tecnologías

Tipo	2009		2010		2011		2012	
	Absolutos	Por ciento	Absolutos	Por ciento	Absolutos	Por ciento	Absolutos	Por ciento
Con computadora	7 460 463	26.8	8 444 621	29.8	9 030 198	30	9 835 865	32.2
Con conexión a Internet	5 119 437	18.4	6 289 743	22.2	6 994 654	23.3	7 933 788	26
Con televisión	26 513 772	95.1	26 834 313	94.7	28 472 673	94.7	29 007 139	94.9
Con televisión de paga	7 584 194	27.2	7 558 855	26.7	9 125 418	30.4	9 849 450	32.2
Con servicio de telefonía	22 101 364	79.3	22 838 360	80.6	24 702 793	82.2	25 555 685	83.6
Solamente línea fija	2 779 125	10	2 621 672	9.2	2 428 536	8.1	2 218 203	7.3
Solamente telefonía celular	9 231 992	33.1	9 636 128	34	11 452 219	38.1	12 726 769	41.7
Con telefonía fija y celular	10 090 247	36.2	10 580 560	37.3	10 822 038	36	10 610 713	34.7
Con radio	23 134 541	83	23 398 102	82.5	24 343 337	81	24 219 298	79.3
Con energía eléctrica	27 587 340	98.9	28 158 436	99.3	29 812 291	99.2	30 298 815	99.2

Fuente: INEGI. Módulo sobre Disponibilidad y Uso de las Tecnologías de la Información en los Hogares.

⁸⁷ Trejo Delarbre, Raúl. *La nueva alfombra mágica: Usos y mitos de Internet, la red de redes*, ed. Diana, México 1996. P. 33.

Capítulo IV La televisión de paga: como ascenso social y simbólico de las clases populares: apuntes para un marco teórico.

La televisión restringida crece en todos los niveles socio-económicos, para muestra la investigación de Telegeography⁸⁸ sobre internet y televisión, señala que los proveedores de televisión de paga, distribuyeron sus señales durante el 2011 a 94 millones de personas en todo el mundo, con lo que controlan ya el 12 por ciento del negocio mundial de televisión de paga; bajo esta perspectiva, Raúl Trejo Delarbre destaca:

“Nada cambia en la televisión abierta, pero los mexicanos asistimos a una inédita y creciente diversidad en el panorama audiovisual. La televisión disponible en la segunda década del siglo es más variada y fragmentada. Las grandes audiencias son desplazadas por una nueva segmentación entre los televidentes. A fuerza de amagos y extorsiones, Televisa y Televisión Azteca predominan en el campo de la televisión abierta. Pero cada vez hay más hogares con televisión de paga. El crecimiento de las suscripciones a la televisión de cable y satelital, así como el acceso a televisión por internet y a productos en DVD y en otros formatos y receptáculos, están propiciando un viraje en la tradicional subordinación de los telespectadores mexicanos a los consorcios hasta ahora predominantes”⁸⁹

Es una realidad que se han alterado los modos de consumo, como se ha dicho, la televisión abierta es participe de los cambios de hábitos, por lo tanto, al existir sólo dos opciones, y la poca difusión de las televisoras estatales, provoca que la gente se vea obligada a; seguir viendo televisión abierta, otra opción es rehuir a los tópicos que ofrece ésta, o simplemente migrar a la televisión de paga, e internet, en busca de mejores contenidos, y así, aumentar sus posibilidades de satisfacción. De manera que esto, representa un gasto doméstico; es decir, la radio y la televisión, ocasionan una cultura a domicilio, pues los comportamientos urbanos se mueven en torno a las salas de cine, renta o compra de filmes (incluido la adquisición de videos apócrifos), donde aumenta el nivel de exposición de los espectadores.

⁸⁸ Guadarrama, José. (2012) “América Móvil, líder en telecomunicaciones” en el *Excelsior* [En línea]. Disponible en <http://www.excelsior.com.mx/2012/02/20/dinero/811791> (Fecha de consulta: 22 de febrero de 2012).

⁸⁹ Trejo Delarbre, Raúl. “Televisión: variedad, a pesar de consorcios y autoridades”, en *Mediatelecom*, [En línea], Disponible en: <http://tinyurl.com/Tesistvdepaga5> (Fecha de consulta: 29 de enero de 2012).

Néstor García Canclini señala que las “máquinas culturales” enlazan a los habitantes con informaciones y programas de participación que hacen posible viajes audiovisuales por lo que ocurre cada día en la metrópoli. Para la mayoría viajar por la capital es una obligación agotadora, que prefieren evitar cuando el trabajo no lo exige. Se podría pensar que, hay cosas importantes para disfrutar; museos, teatros, cines; no obstante, la idea de estar en la ciudad es estresante, cansado; prefieren no salir o permanecer encerrados en el trabajo, o en la casa descasando, observando la televisión. “El equivalente del encapsulamiento doméstico frente a los medios electrónicos en el proceso de transitar por la ciudad”⁹⁰.

Por otro lado, Ernesto Piedras, recalca que con el progreso tecnológico y mediante la promoción y distribución masiva, a través de la radio, televisión, internet, emisión satelital, entre otros, es posible tener un impacto exponencialmente mayor al alcanzado históricamente.

“Esto permite abrir y generar nuevas opciones y mercados, rebasando fronteras geográficas, lingüísticas y económicas. Las nuevas tecnologías de la información y las telecomunicaciones aumentan de manera importante la disponibilidad de acceso a los servicios culturales sin importar la distancia física o geográfica. En la nueva economía basada en la globalización se combina el acceso a la información y conocimiento con las transacciones electrónicas y la acelerada distribución de bienes físicos”⁹¹

Con la irrupción de la televisión satelital, e internet, la distancia de un país a otro se vuelve esencialmente igual, en otros términos, un programa que es visto en Estados Unidos, también puede ser observado en el mismo momento en México, u otros países de América latina, aun en Europa, el intercambio cultural entre países se vuelve fácil con las nuevas tecnologías.

Bourdieu pone otro ejemplo explica que existen prácticas distintas y distintivas “Establecen diferencias entre lo que es bueno y lo que es malo, entre lo que está bien y lo que está mal, entre lo que es distinguido y lo que es vulgar. Por otra parte, no son las mismas diferencias para unos y otros, es decir, el mismo comportamiento o uno similar bien puede

⁹⁰ García Canclini, N. *Imaginario Urbanos*, Buenos Aires, Eudeba SEM 1997.

⁹¹ García Canclini, N. y E. Piedras. *Las industrias Culturales y el desarrollo en México*, Siglo XXI, México, 2006.

parecerle distinguido a uno, pretencioso u ostentoso a otro, vulgar a un tercero”⁹². Cada empresa maneja diversos paquetes que se amoldan a los consumidores, desde el más sencillo hasta el más fastuoso. Sky es la empresa que se apodera de eventos exclusivos, sobre todo de los deportivos como son: Copas del Mundo, Juegos Olímpicos, temporadas completas de fútbol, NFL, pagos por eventos, por citar algunos ejemplos. Esto le permite manejar gran parte del mercado a su beneficio.

Ahora bien, las personas de escasos recursos económicos realizan un gran esfuerzo para contratar televisión de paga, al mismo tiempo, con respecto al significado implica una diferencia por lo menos en cuanto a vecindario, si se toma la antena como un símbolo adoptado para distinguirse de los demás, se coloca en un lugar estratégico del hogar (también es parte de la promoción que hacen las empresas de televisión satelital, para incitar a otras personas a preguntar por el servicio) en donde todos los vecinos puedan observar la antena que dependiendo de la empresa es el color, sobre todo de las DTH, de este modo los demás notaran que en una casa, ya cuentan con televisión de paga, lo que ocasionará que otros traten de seguirle el paso; si bien, no es con la misma empresa, puede ser con otra, para marcar alguna diferencia entre residentes, un “efecto contagio”, en otras palabras, se vuelve una competencia entre los habitantes de una misma localidad, e incluso hasta familiar, adquirir televisión de paga, siempre y cuando esté dentro de sus posibilidades financieras. Simultáneamente la televisión abierta perderá público, como consecuencia del éxito de la televisión restringida, aunque gradualmente pues hay que recordar que cerca del 90 por ciento ha crecido y se ha formado con la programación de la televisión abierta, entonces resulta difícil desprenderse de ésta.

La mayoría de la clases sociales están ligados a los canales abiertos de Televisa (2, 4, 5, 9), Tv Azteca (7, 13, 40) actualmente en la zona metropolitana Cadena Tres (28), los canales públicos, y en Capital 21 del gobierno de la Ciudad de México (Es el primero en la ciudad que nació en TDT). De acuerdo a Ibope los principales programas con más audiencia activas son: la telenovelas, las barras de entretenimiento o diversión, ya sean domésticos o extranjeros, y eventos deportivos, el promedio de un televisor encendido es de ocho horas

⁹² Bourdieu, Pierre. *Razones prácticas: Sobre la teoría de la acción*, Anagrama Barcelona, 1997.

diarias, un espectador observa televisión cuatro horas al día, lo que significa que muchas personas que contratan tv restringida siguen apegados a la televisión abierta, si bien, se generan nuevas formas de agrupación social dentro de cada familia, la transición es paulatina, por ejemplo; puede ser utilizada como una herramienta didáctica para apoyar el desarrollo de los niños, o jóvenes, u otros miembros de la estirpe, por otro lado, puede utilizarse como artilugio para distraerse, de la misma manera que se ha venido haciendo con la televisión abierta.

El consumo, o apropiación de bienes y servicios culturales inducen una mayor producción, Canclini lo denomina como un “ciclo simbólico”. Hay una dimensión emblemática del valor que es fundamental, no sólo en la producción estrictamente cultural, sino en todos los campos de la actividad social. Es una dimensión a veces poco visible. Este autor menciona un ejemplo; “tener un auto de cierta marca, de cierto color, está significando, una manifestación cultural. Cuando vamos a cargar gasolina sólo parece que hacemos una transacción económica (pagamos la gasolina), pero al mismo tiempo nos estamos mostrando socialmente. El coche señala distinciones simbólicas. Sirve para trasladarnos, para viajar, al mismo tiempo opera en la interacción social agregando valor simbólico, y hasta valor económico, como lo sabe un empresario que no puede llegar en un Volkswagen, sino en un Mercedes Benz. Toda práctica social tiene una dimensión cultural”⁹³. Con la televisión de paga pasa algo semejante, la gente contrata el servicio para tener más opciones, siempre y cuando se acerque a lo que ven otras personas, de estatus sociales más altos o cercanos, y por esa razón adquieren un servicio de bajo precio. Ante la entrada de la empresa Dish, esa desigualdad en el acceso al consumo de bienes y servicios culturales creó brechas de desarrollo. Ahora se adhieren a las satisfacciones que necesitan, a través de información más que de objetos no materiales que proporcionan bienestar, entretenimiento y una retribución por lo que pagan.

⁹³ García Canclini, N. y E. Piedras. *Las industrias Culturales y el desarrollo en México*, Siglo XXI, México, 2006.

4.1 El consumo de televisión de paga en las clases populares

De acuerdo con los datos del INEGI, señala que el acceso a televisión abierta en 2012 a nivel nacional era de 97.7 por ciento, en cambio en la Ciudad de México el porcentaje cambió a 99.5 por ciento; como se mencionó, la televisión de paga ha ganado terreno desde 2009. Hasta cierto punto las nuevas tecnologías son una herramienta de información, sin olvidar la manera de consumir estos productos.

Otro de los factores que originan el incremento de televisión de paga, se debe a la expansión urbana, sin olvidar el avance educativo, que también contribuye a modernizar el país. García Canclini señala en su texto de la *Industrias culturales y su desarrollo en México*: se ha alterado el modo de informarnos y divertirnos.

En 1995, Néstor García Canclini escribió un libro titulado *Consumidores y ciudadanos, conflictos multiculturales de la globalización*, a 18 años de distancia la época ha cambiado, pero, muchos de sus conceptos siguen vigentes. En él hay discursos sobre las clases medias y populares, y cómo éstas suelen identificarse “con gastos santuarios y dispendios”, la clase popular adquiere bienes innecesarios pues los consumidores buscan reformular sus patrones simbólicos, a través de las nuevas tecnologías, insertándose en el desarrollo. Canclini habla de necesidades, aun lo que se considera menester cambia constantemente dentro de una misma sociedad, el carácter construido de las necesidades biológicas y artificiales, así como el conjunto de bienes creados para satisfacerlas, con una relación estímulo respuesta.

La globalización es un proceso de reordenamiento de las diferencias y desigualdades sin suprimirlas, asimismo el consumo es un modo de acceso a las industrias culturales, en otras palabras, la manera de adquirir productos ha alterado las posibilidades y las formas de ser ciudadano, pues los procesos de consumo son vistos como algo más complejo que la relación entre medios manipuladores y audiencias dóciles, las sociedades están expuestas a las nuevas tentaciones, el mercado actual seduce a los individuos.

Los medios de comunicación transforman el ambiente social y cultural, pasan a ser recursos disponibles dentro de las sociedades y accesibles a todo tipo de personas. Ante el

gran avance en las industrias culturales los que gozan de los privilegios, en su mayoría son aquellos que tienen mejores posibilidades económicas, mientras que los individuos que no pueden solventar esos gastos se acogen a otros modelos, por ejemplo, si alguien no puede contratar televisión de paga para ver películas o documentales, se apoya de otros medios como la renta de estos productos o la compra ilegal, si bien cada vez los sectores de menor ingreso tratan de acoplarse, lo hacen de manera provisional o definitiva.

Theodor Adorno señala que la antigua élite culta ya no existe, hay enormes estratos de la población que antes no tenían contacto con la industria cultural; no obstante, el vigente avance tecnológico ha convertido en consumidores culturales a:

“Los públicos actuales, si bien probablemente son menos capaces de la sublimación artística generada por la tradición, se han vuelto más listos en cuanto a sus exigencias de perfección técnica y de exactitud en la información, así como en su deseo de servicios; y han adquirido una mayor convicción en cuanto al poder potencial de los consumidores sobre los productores, sin que importe que este poder sea esgrimido realmente”⁹⁴.

Al mismo tiempo, Pierre Bourdieu señala que la reproducción de los hábitos es totalmente contrastante entre las personas, el autor mediante un análisis minucioso señala las diferencias reales que separan las rutinas de cada sector social, por ejemplo; ver televisión abierta es muy distinto a consumir televisión de paga, ésta última, tomando las palabras de Bourdieu, es una práctica inicialmente «aristocrática» pese a esto puede ser abandonada por los aristócratas, o en su defecto intentan alejarse, mediante otros recursos “hay que evitar transformar en propiedades necesarias e intrínsecas de un grupo las propiedades que les incumben en un momento concreto del tiempo debido a su posición en un espacio social determinado, y en un estado determinado de la oferta de los bienes y de las prácticas posibles”⁹⁵.

Las palabras de Bourdieu servirían para explicar los hábitos de consumo de televisión de paga entre los habitantes, Cablevisión y Sky, por un lado con las tarifas más altas, pero una abundancia de canales, y Dish por el otro, si bien, es con un costo menor, hay una limitación

⁹⁴ Adorno, T. “Televisión y cultura de masas” en Nombre Falso, [En línea]. Disponible en: <http://tinyurl.com/Tesistvdepaga3> (Fecha de consulta: 20 de Enero de 2012)

⁹⁵ Bourdieu, Pierre. *Razones prácticas: Sobre la teoría de la acción*, Anagrama. Barcelona, 1997.

de señales. En enero de 2012 Dish México tenía 2 millones 300 mil suscriptores, mejor dicho, concentraba el 16.8 por ciento de hogares con acceso a tv de paga. “El mercado se calcula en 10.8 millones de casas. De los hogares con televisión restringida, 60 por ciento cuenta con sistemas satelitales (DTH), área donde participan Dish México y Sky, estas cableras se reparten 38 por ciento. El mercado de la tv de paga, el cual se calcula en 3 mil 400 mdd, Televisa acumula 58 por ciento de ingresos, mil 990 mdd”⁹⁶.

Basta observar a las nuevas generaciones que buscan acercarse a las industrias culturales, sobre todo de sectores populares, tratan de encontrar una identidad a través de éstas. Para García Canclini las luchas generacionales acerca de lo necesario y lo deseable muestran otro modo de establecer las identidades y construir lo que nos distingue, por consiguiente dependen de lo que uno posee o es capaz de llegar a apropiarse.

Así pues, la sociedad mexicana se configura por los medios de comunicación, y las nuevas tecnologías, que poco a poco permean, no sólo en las esferas de la sociedad, sino principalmente en el entorno familiar, se vuelven tema de discusión lo que la familia debe de comprar para poder competir con los vecinos, en palabras de García Canclini “nadie está contento con lo que tiene”. Esta aseveración manifiesta muchas ideas a la vez: la satisfacción por lo que habían conseguido quienes pasaron del campo a las ciudades, por los avances de la industrialización y el advenimiento de nuevos recursos de confort; electricidad, telefonía fija y móvil, radio, internet, televisión abierta y de paga, como los nuevos signos de prestigio e innovaciones. Estas nuevas prácticas han originado un extenso debate sobre el consumo cultural de las masas.

Cuando se habla de medios y desarrollo, frecuentemente se alude al papel social de la televisión, si el 94.9 por ciento de los habitantes en México cuenta con un televisor en sus hogares, entonces no es exagerado pensar que la televisión es el medio de comunicación con mayor cobertura en el mundo, sobre todo de países subdesarrollados. Hay un ascenso de las demandas sociales y culturales, en décadas pasadas era común que las personas asistieran a todo tipo de eventos deportivos o espectáculos, la tendencia ha cambiado, se han creado

⁹⁶ Alonso, Ramiro. “Pide MVS regular mercado televisivo” en *El Universal*, sección cartera B6, viernes 20 de enero de 2012.

condiciones para que los consumidores puedan apreciar diversos repertorios culturales y estéticos desde su hogar, ha cambiado la relación de los bienes culturales en la vida cotidiana.

Algunos investigadores como Guillermo Orozco se ha centrado en teorías sobre recepción televisiva, y han analizado cómo a partir de la televisión se producen y reproducen nuevos significados entre los sujetos sociales, cabe señalar que en este trabajo no se intenta ahondar en “estudios de recepción” (ER), aunque, sí es importante entender el consumo de televisión, como una actividad cultural

En la televisión hay una diversidad de formatos como eventos educativos, arte, musicales, deportivos entre otros, que ayudan en la adquisición y alcance de un importante conocimiento y transformación personal. Los ciudadanos aspiran a un mejor status social, por ello contratar este servicio puede significar, la esperanza de un posible ascenso social y progreso cultural: “El consumo no es sólo reproducción de fuerzas, es al mismo tiempo una producción de sentidos: lugar de una lucha que no se agota en la posesión de los objetos, pues pasa decisivamente por los usos que les dan forma social y en los que se inscriben demandas y dispositivos de acción que provienen de diferentes competencias culturales”⁹⁷.

Los habitantes más pobres suelen estar excluidos del consumo de bienes y servicios culturales, una desigualdad que se manifiesta, sobre todo, como diferencia socioeconómica. Sin olvidar que existe una disparidad, visible principalmente en las prácticas culturales. Otro de los factores por el cual el segmento de menores ingresos cada vez se adapta a las nuevas tecnologías, se debe a la expansión urbana, sin dejar de lado, el avance educativo que también contribuye a modernizar el país.

La injerencia de las nuevas tecnologías en la vida cotidiana de las personas ha modificado sus prácticas de comunicación, y la forma en que los consumidores se acoplan en torno a estas industrias culturales (el cine, la televisión, los teléfonos, las computadoras conectadas a la red). Hay que reiterar que con la entrada a la televisión de paga, se genera un acercamiento a espectáculos teatrales, deportivos, culturales, programas educativos, sin verse obligados a salir de su hogar. La televisión es uno de los medios de comunicación que más ha

⁹⁷ Barbero, J.M. (1987). *De los Medios a las Mediaciones Comunicación, Cultura y Hegemonía*, México, G.G.

evolucionado y su influencia llega a todos los sectores sociales del país, si bien las opiniones sobre sus contenidos son controvertidos, sólo es importante dejar claro que con sus tópicos televisivos son capaces de construir y transformar el reflejo de un país en sus diferentes esferas.

4.2 *Habitus* desde la perspectiva de Pierre Bourdieu

Para realizar un análisis más preciso de las nuevas prácticas sociales en las personas producto de la tv de paga va a ser necesario el apoyo teórico de Pierre Bourdieu, y paralelamente de las propuestas de su libro *La Distinción*⁹⁸, en éste señala que las personas son capaces de construir sus prácticas y representaciones en el espacio social, en otras palabras, son producidas a partir de todo lo que nos rodea, de acuerdo con su condición económica y social, es así que las clases sociales se diferencian dependiendo de los bienes materiales que consumen y de los cuales se apropian.

“Unos puntos de vista que dependen de la posición que en el mismo ocupan, y en los que a menudo se expresa su voluntad de transformarlo o de conservarlo. Así es como muchas de las palabras que emplea la ciencia para designar a las clases que ella misma construye están tomadas del uso ordinario, en el que sirven para expresar la visión, frecuentemente polémica, que los grupos se fabrican unos de otros (...) La división en clases que opera la ciencia conduce a la raíz común de las prácticas enclasables que producen los agentes y de los juicios clasificatorios que éstos aplican a las prácticas de los otros o a sus propias prácticas: el habitus es a la vez, en efecto, el principio generador de prácticas objetivamente enclasables y el sistema de enclasamiento (*principium divisionis*) de esas prácticas”⁹⁹.

Como se ha mencionado con anterioridad las barreras tecnológicas se empiezan a desmoronar, lo que hace más accesible una gran variedad de recursos y productos distintivos asociados con el espacio social y los estilos de vida de los sujetos. Esto permite que las personas puedan elegir entre un extenso número de productos (gusto), en el marco de un sistema de diferencias sociales jerarquizadas. En palabras de Philippe Corcuff: “Las formas

⁹⁸ Bourdieu Pierre. *La Distinción Criterios y bases sociales del gusto*, Taurus Humanidades, España 1991.

⁹⁹ *Ibidem.*,

sociales del pasado son reproducidas, apropiadas, desplazadas y transformadas en las prácticas y las interacciones de la vida cotidiana de los actores”

Bajo esta línea, es importante entender ¿cómo es el público que consume televisión de paga? Comprender ésta desde la perspectiva cultural, es sustancial para entender las relaciones y las diferencias sociales. Del mismo modo, es importante ver cómo los bienes materiales son incorporados y convertidos en disposiciones generadoras de prácticas y de percepciones capaces de dar sentido a las prácticas así engendradas, de los distintos *habitus* que:

“Se presentan como unas configuraciones sistemáticas de propiedades que expresan las diferencias objetivamente inscritas en las condiciones de existencia bajo la forma de sistemas de variaciones diferenciales que, percibidas por unos agentes dotados de los necesarios esquemas de percepción y de apreciación para descubrir, interpretar y evaluar en ellos las características pertinentes, funcionan como unos estilos de vida”¹⁰⁰.

¹⁰⁰ *Ibidem.*,

Capítulo V Resultados de la investigación empírica

El capítulo cinco de la investigación tiene como finalidad dar a conocer en primera instancia el contexto geográfico donde se ubica el objeto de análisis. Cómo utilizan sus habitantes la televisión de paga, asimismo, describir el enfoque metodológico de carácter cualitativo que se aplicó para obtener la información y dar cuenta de resultados.

Se realizaron entrevistas semi-estructuradas a 20 personas de la demarcación Corpus Christi, perteneciente a la delegación Álvaro Obregón. Estas conversaciones tuvieron como intención conocer cómo han cambiado los hábitos y las prácticas culturales de las personas, a partir del consumo de televisión de paga.

En el Distrito Federal hay cerca de 257 colonias (fraccionamientos y barrios). Y una población de más de 8 millones 851 mil 80 personas. Específicamente en la delegación Álvaro Obregón, habitan más de 727 mil 34 personas; un promedio de 3.68 ocupantes por vivienda. En una extensión de 97 km cuadrados, esto representa el 6.5 por ciento del área total la Ciudad de México. Alrededor del 60 por ciento de los habitantes viven en zonas de riesgo: sobre minas, barrancas y lechos del río. De acuerdo al Censo de Población y vivienda que se realizó en 2010, la Colonia Corpus Christi cuenta con una población de 4,895 habitantes, el total de viviendas ocupadas es de 1181, en esta zona 1134 familias cuentan al menos con una televisión, y menos de la mitad cuenta con televisión de paga, el promedio de habitantes por vivienda en esta colonia es de 4.15.

La selección de la zona iba encaminada a un propósito, encontrar un lugar con características populares donde convergen los habitantes, este lugar es la colonia Corpus Christi. Si bien es cierto que existen varias colonias en la Ciudad de México con cualidades similares, influyó el hecho de que dicho territorio es parte del avezado traslado que realiza el autor de esta tesis. Durante los traslados diarios vio cómo se ha ido transformando el entorno, sin perder sus rasgos locales.

5.1 Descripción de la colonia Corpus Christi

La Unidad Habitacional de San Lorenzo tiene más de 20 años de historia, en ésta se realizaron entrevistas para conocer el entorno social, pero sobre todo para investigar cómo la tv de paga ha cambiado sus gustos. La Unidad Habitacional está dividida en 12 edificios, nueve de ellos se distinguen por usar una letra; de la 'A' a la 'I' hay 20 viviendas por cada edificio, en el resto de la 'J' a la 'L' sólo hay 10 viviendas por edificio, esto es, 190 hogares en la Unidad Habitacional San Lorenzo.

Hay otras dos unidades habitacionales en la zona, la más reciente tiene cerca de diez años y es conocida como la Unidad Galaxia, ambas ubicadas en la avenida Tamaulipas, es una de las principales arterias que enlaza a varios puntos de la ciudad entre ellos: Santa Fe, Av. Centenario, Las Águilas y Mixcoac.

Casas Habitación, una zona de apariencias abigarradas, hogares con fachadas de tabique gris, otras que están pintadas por diferentes colores, muchas de ellas presentas grafitis en sus bardas y puertas. Se pueden observar viviendas constituidas por varios pisos (dúplex), y, cimentadas en diferentes épocas, se nota por la diferencia en los materiales que se usaron.

La mayoría de las calles son bastante amplias, sobre todo las vías de mayor circulación, también es común ver caminos estrechos, asimismo cerradas y uno que otro callejón. En esta colonia existen ocho escuelas todas de nivel básico, estas instituciones públicas son: dos prescolares; Juan O' Gorman y Mexikatzin; una primaria Prof. Beatriz Ávila Rivera, una secundaria Carmen Serdán Núm. 169 y un CENDI (Centros de Desarrollo Infantil) Corpus Christi. Los colegios privados son: el Colegio William James, Diego Rivera y Tollan.

De lunes a viernes se pueden ver niños jugando en las calles de la colonia, por la mañana es menor el número de éstos, es entre las cinco de la tarde y pasadas las siete de la noche cuando hay más actividades entre la población juvenil. En las unidades habitacionales también hay características similares y puntos de reunión a fuera de los edificios, cerca de la zona existen tres canchas de fútbol: la más cercana es donde entrenan niños, por la tarde es el lugar de los jóvenes y adultos que buscan divertirse en las tradicionales cascaritas. La

siguiente es una de fútbol rápido, en ésta constantemente hay torneos, los partidos se juegan en la noche, la última es un terreno polvoso coloquialmente llamado “campo llanero” únicamente en los fines de semana hay actividad en esta área, y los adultos predominan en este espacio.

En la zona se pueden encontrar negocios familiares como: tiendas de abarrotes, farmacias, un consultorio Dr. Simi, además de su farmacia, del mismo modo, existen otros establecimientos como, tienda de muebles, veterinaria, pinturas, madererías, tlapalerías, gimnasio, papelerías, carnicerías, pollerías, tortillerías, peluquerías, paleterías, puesto de periódicos, todos estos negocios están distribuidos en la colonia. Sin olvidar talleres mecánicos, carpinterías, locales de comida casera.

Existe un supermercado Soriana, además del tradicional mercado de la colonia Corpus Christi que de lunes a viernes abre a partir de la siete de la mañana. Hay una panificadora *Lecaroz*, dos panaderías familiares, una con el nombre de doña “Licha” y la otra sin nombre, en estos lugares la gente observa cómo se hace el pan dulce, a diferencia de la panificadora, en la cual únicamente elaboran el pan blanco.

La lechería Liconsa es uno de los puntos más concurridos por la mañana sobre todo por las mujeres. En las cercanías existe un irrisorio centro de salud que pocas veces cuenta con lo fundamental para poder operar. En la zona hay dos módulos de policía, ambos están ubicados en la avenida Tamaulipas, aunque la mayor parte del tiempo ambos se encuentran vacíos. Por si fuera poco, hay varios centros de entretenimiento donde convergen los jóvenes, un local de videojuegos o comúnmente llamadas maquinitas y cafés internet.

Otro centro de reunión es la iglesia que lleva el nombre de la colonia, durante junio celebran una tradicional fiesta que coincide con el famoso “Día de las mulas” o jueves de Corpus. A propósito, cada domingo se instala a las afueras del santuario un mercado ambulante, mejor conocido como tianguis.

5.2 Mapa de la zona



Este mapa muestra cómo estaba distribuida la colonia, además entre las características más notables son el contexto geográfico y los alrededores de la zona. La observación que se realizó en ésta fue de gran importancia, pues el acercamiento con el objeto que se estudió, ayudó a entender de manera natural cómo se desenvuelven las personas, además sirvió para entender las condiciones en que se desarrollan las prácticas sociales.

5.3 Descripción y análisis de las entrevistas realizadas a los usuarios de televisión de paga en la Ciudad de México

En este apartado se muestran seis cuadros que contienen una muestra representativa de los datos arrojados que se obtuvieron de las personas entrevistadas en la colonia Corpus Christi. Es menester contrastar las respuestas de los usuarios de televisión de paga y su perspectiva acerca de contar con ésta; en los cuadros se pondrán las respuestas más claras, para consultar las entrevistas de los usuarios de televisión restringida, puede revisarse el apartado con la transcripción íntegra de éstas (anexos página 160).

En el cuadro ocho se muestran los nombres de las veinte personas que amablemente ayudaron a contestar algunas preguntas. La selección de estos informantes se hizo al azar, es decir se tocó puerta por puerta a sabiendas de que sería complicado obtener las entrevistas; efectivamente hubo problemas para llevar a cabo el diálogo, la desconfianza de la gente predominó en un contexto social igual de complicado.

Los datos sobre la escolaridad son interesantes, diez personas cuentan con estudios de nivel medio superior, cinco con nivel superior y cinco con nivel básico. El sistema de televisión de paga que más predomina es Cablevisión, con diez usuarios; aseguran que con este sistema pueden tener televisión por cable en más de una televisión, para Dish hay también diez (el señor Francisco Ortega tiene dos sistemas Cablevisión y Dish) y sólo un abonado de Sky. Pedro Antonio, señaló que en algunas zonas es difícil acceder a los canales abiertos; sin embargo, la televisión abierta es importante a pesar del monopolio. Para Mónica Tazoya su familia fue fundamental “mis hijos me pedían que les contratara el internet, mi marido quería la señal y pues el servicio de telefonía”.

Cuadro 8. Datos personales

Nombre	Estudios	Sexo	Ocupación	Nombre del servicio
Pedro Antonio Sánchez	Ingeniero	M	Ingeniería	Cablevisión
Lucia Bustamante	Preparatoria*	F	Hogar	Dish
Alicia Ramírez	Técnica	F	Hogar	Cablevisión
Claudia A Cruz Hernández	Pedagogía**	F	Estudiante	Dish
Rebeca Campos	Preparatoria*	F	Hogar	Dish
Oscar Eduardo	Bachillerato	M	Desempleado	Cablevisión
Mónica Tazoya Guerrero	Secundaria	F	Hogar	Cablevisión
Ana Belén	Preparatoria*	F	Estudiante	Dish
Brenda Reséndiz	Preparatoria	F	Trabaja	Dish
Carlos Romero	Preparatoria	M	Empleado	Cablevisión
Juan Carlos González	Preparatoria*	M	Estudiante	Dish
Lidia Leiva Vela	Primaria	F	Hogar	Cablevisión
Gerardo Sánchez	Secundaria*	M	Estudiante	Cablevisión
Salvador Ortiz	Universidad*	M	Estudiante	Dish
Cristina Rosas	Primaria	F	Hogar	Dish
Anahí Santana Ojeda	Universidad	F	Maestra	Sky
Francisco Ortega Morales	Primaria	M	Jubilado	Cablevisión/Dish
Pedro A. García Castañón	Preparatoria*	M	Estudiante	Cablevisión
Salvador Mendoza	Preparatoria	M	Desempleado	Dish
Manuel Omar B.	Licenciatura	M	Geógrafo	Cablevisión
* Sin concluir				
**En curso				

En el cuadro nueve: Años con televisión en su hogar. A los entrevistados se les cuestionó por qué eligieron su servicio con determinadas compañías, muchos coincidieron que escogieron Dish porque es un sistema de televisión satelital económico; así como la facilidad de pagar tres servicios en un mismo recibo. Claudia Angélica, mencionó que Dish es más accesible y barato comparado con Sky y Cablevisión. Por su parte, Lidia Leiva considera que en la actualidad es indispensable contar con tv de paga, porque con la antena aérea no se ve claramente la televisión abierta, del mismo modo, señalan que en la actualidad es

fundamental contar con un servicio de tv restringida que ofrezca una gran variedad de programas y canales.

Al preguntar desde cuándo cuentan con tv de paga las respuestas son sugestivas y mucho tiene que ver la entrada de Dish al mercado de los medios, esta empresa diversificó la oferta y permitió a varios usuarios contratar su primer sistema de televisión restringida. Ana Belén comentó que ella tenía Sky, pero su precio era elevado así que decidió cambiarse a Dish por tener un precio asequible.

De las veinte personas entrevistadas sólo tres tienen más de diez años con tv de paga, el resto tiene de dos a cinco años con su servicio. Curiosamente aquellos que tienen más tiempo con televisión restringida al momento de realizar las entrevistas demostraron conocer mejor su servicio, y admitieron que pocas veces ven la televisión abierta, además en todo ese lapso han explorado sus canales y sus elecciones se basan en los contenidos.

Las respuestas a la pregunta ¿Qué influyó en la decisión de contratar cable? los argumentos varían, por ejemplo, la señora Alicia Ramírez señaló que la familia fue parte importante en la determinación de contratar tv de paga “Sí porque, o sea, aquí vivo yo con mis papás, entonces ahora sí que nos vamos a mitades de gastos y por eso fue que nos consultamos si queríamos el servicio” abundando en la opinión Anahí Santana (**AS**): “Pues básicamente (por) mi hija, porque pues le gustan mucho los canales de Discovery Kids, las películas y todo eso. Entrevistador **E**: ¿Lo contrataron por su hija? (Ella asintió) “Ajá”, **E**: ¿Pero tú también lo utilizas? **AS**: “Sí digo, sí vemos las películas en el cuatrocientos, mi marido el fútbol en los quinientos sí”. Del mismo modo, algunos manifestaron que en la tv restringida encuentran programas específicos que no pasan en la televisión abierta o cuando llegan a ser transmitidos éstos son muy escasos. Claudia Angélica (**CA**) admite que pagar sus tres servicios (teléfono, internet, tv de paga) en un mismo recibo le facilita muchas cosas “Porque convenía ora sí que al que paga, él paga las tres cosas en un mismo recibo” (**E**): ¿Tenías otro sistema antes de Dish? **CA** Mmm sí era Sky **E**: ¿Por qué te cambiaste? **CA**: Porque como no tenía para pagar el teléfono y los tres, además (Dish) estaba más barato la

verdad”. Por unanimidad coinciden que los bajos precios son factores que influyeron para acceder a este servicio, sobre todo porque quieren seguir ligados a la televisión restringida.

Cuadro 9. Años con televisión en su hogar

Nombre	¿Por qué lo eligió?	Años con tv de paga.	¿Influyó la familia?
Pedro A.	Más económico	Dos	No
Lucía B.	Más económico	Un mes	Sí
Alicia R.	Familia	Dos	Sí
Claudia A.	Paquete	Uno	Sí
Rebeca C.	Lo eligió el marido	Dos	Sí
Oscar E.	Buen servicio	Dos	Sí
Mónica T.	Paquete	Uno	Sí
Ana B.	Más canales	Dos	No
Brenda R.	Más económico	Dos	Sí
Carlos R.	Paquete	Año y medio	No
Juan C.	Más económico	Dos	Sí
Lidia L.	Paquete	Diez	Sí
Gerardo S.	Más canales	Cinco	Sí
Salvador O.	Más económico	Dos	Sí
Cristina R.	Más canales	Diez	Sí
Anahí S.	Más canales	Cuatro	Sí
Francisco O.	Más canales	Tres	Sí
Pedro G.	Más canales	Año y medio	Sí
Salvador M.	Más canales	Uno	Sí
Manuel O.	Tv abierta no se ve	Veinte	Sí

En el cuadro número 10 titulado: Promedio de horas en el que miran televisión de paga. A las personas se les preguntó quién era la persona dentro del seno familiar que más utilizaba el servicio. Se encontró que toda la familia dedica algunas horas a mirar programas de televisión, aunque lo hacen en distintas horas, la televisión se convierte en el principal medio masivo de comunicación consumido por ellos; sin embargo hay excepciones como Oscar Eduardo, un joven de nivel medio superior, quien prefiere utilizar su tiempo en internet “Yo ¿Cuántas horas? No, al internet sí son como unas cuatro horas diarias **E:** ¿Y a la televisión?

OE: Pura televisión más o menos una hora dos horas casi no veo mucho”. Para Carlos Romero es benéfico contar con internet y tv de paga: “Pues prácticamente todos, por ejemplo, los niños usan la computadora; el internet y uno pues ve películas y eso”. En otros casos algunos entrevistados admitieron que ellos mismos son los que pasan más tiempo frente al televisor, la señora Lidia Leiva Vela, comentó que sus hijos son las personas que más utilizan la televisión:

“**LL:** Mi hijo el mayor **E:** ¿Cuántas horas le dedica? **LL:** Pues en las noches después de que llega de trabajar **E:** ¿Entonces el horario en el que ve más televisión es en la noche? **LL:** Es en la tarde, ajá sí en la tarde-noche, sí porque depende, si como hoy que sale temprano en la tarde busca a ver qué programación hay **E:** ¿Normalmente cuando está en casa siempre busca algo en la televisión? **LL:** Sí, sí, sí ellos son muy, este ora sí que muy televisivos, él y el otro, mi otro hijo les gusta mucho ver la televisión, casi nosotros de mujeres no, poco pues, porque uno luego anda ocupado en la cocina y eso, yo casi en la tarde como ahorita que me tengo que ir a la escuela en un ratito, pues qué me voy a sentar a ver televisión verdad, en la mañanas sí luego veo las noticias un ratito media hora”.

Las respuestas a la pregunta sobre las horas que los usuarios dedican a ver televisión de paga, tiene muchas variaciones, ya que están supeditados a las actividades que realizan en su hogar, como el caso de la señora Rebeca Campos: “Yo creo como unas diez horas, entre diez y doce. **E:** ¿Diez horas diarias? **RC:** Sí”. Hay que tener en cuenta que un porcentaje de esas horas, son programas infantiles que ve junto con sus hijas pequeñas, mientras realiza labores dentro del hogar. El señor Francisco Ortega Morales, está jubilado y él mismo reconoce que utiliza más la televisión

“Yo y mi señora **E:** ¿Cuántas horas al día le dedica? **FO:** Úchale, no pues aproximadamente como cinco horas diarias, sí a partir de la tarde, un rato en la mañana vemos las noticias, una media hora, una hora, y ya en la tarde pues ahí estoy viendo películas, hay veces que hasta más tiempo la tengo prendida **E:** ¿No pasa un maratón de tres horas seguidas, son por lapsos? **FO:** No, son horas seguidas, sí como no tengo ya nada que hacer en la tarde me la paso viendo mi televisión, películas y todo eso, y son películas que cuando menos duran una hora y media cada una, o sea como la que están ahorita

(Señala en dirección a su sala; con la televisión prendida y sintonizada en un canal) entonces aproximadamente eso pues yo le calculo cinco, seis horas diarias”.

Las personas que trabajan y estudian sólo se distraen un par de horas con la televisión; a pesar de lo dicho reconocen que es una práctica a la que le dedican más tiempo por encima de leer, escuchar radio, y otras actividades de entretenimiento.

Las personas en la actualidad siguen reuniéndose en familia para ver algún programa, aunque reconocen que cada vez es más complicado por las actividades que realizan; sin embargo, los fines de semana esta actividad los une; para Alicia Ramírez aún es normal esto: “Sí, cuando están buenas las películas, sí, **E:** ¿Hay discusiones sobre lo que deben ver? **AR:** Pues ya vemos la guía (programación) y sobre la guía nos basamos, ¡éste, ah esa película está bonita, está buena! y ya le ponemos” o como Juan Carlos y su familia: “Normalmente vemos lo mismo, siempre decidimos algo juntos”. Algunos usuarios admiten que en ocasiones no se ponen de acuerdo, es el caso de Mónica Tazoya: “**E:** ¿Hay discusiones sobre lo que quiere ver cada uno? **MT:** Mmm sí **E:** ¿Qué pasa? **MT:** A pues mi marido quiere ver fútbol y nosotros, noticias o documentales **E:** ¿Lo someten a votación? Pues sí, (o) lo corremos a la otra tele (Risas)”

Cuadro 10. Promedio de horas en el que miran televisión de paga

Nombre	¿Quién lo utiliza más?	Promedio de horas al día.	¿Aún se reúnen en familia para ver programas en la tv?
Pedro A.	Yo	De tres a cuatro	
Lucia B.	Todos	Cinco	Sí
Alicia R.	Todos	En las noches	Sí
Claudia A.	Hijas	Una	Sí
Rebeca C.	Hijas	Casi todo el día	Sí
Oscar E.	Yo	De una a dos	Sí
Mónica T.	Yo	Tres	Sí
Ana B.	Yo	De cuatro a seis	Sí
Brenda R.	Papá	Tres	Sí
Carlos R.	Todos	De dos a tres	Sí
Juan C.	Todos	Dos	A veces
Lidia L.	Hijo	Por las tardes	Sí
Gerardo S.	Hermana	Toda la tarde	Sí
Salvador O.	Sobrino	Dos horas	No
Cristina R.	Esposo	Muy poco	Fines de semana
Anahí S.	Hija/Suegra		Fines de semana
Francisco O.	Esposa/Yo	Cinco	No
Pedro G.	Yo	Cuatro	A veces
Salvador M.	Yo	Dos	No
Manuel O.	Mamá	De seis a siete	No

Sobre el cuadro número 11 titulado Programas que predominan en los gustos de los usuarios, fue interesante formular la siguiente pregunta; si a pesar de contar con un sistema de televisión de paga, todavía siguen ligados a los programas y contenidos que ofrece la televisión abierta. Únicamente tres personas mencionaron que ya no ven canales abiertos. Cabe aclarar que cuando se hicieron las entrevistas Dish no transmitía los canales abiertos.

Brenda Reséndiz aclara que “No, no **E**: ¿Ya no ven? **BR**: no tiene, no se puede ver la televisión abierta, si está el Dish, entonces no, creo que nada más el once” algunos otros

comentaron cosas similares; que la imposibilidad de que Dish no transmitiera los canales abiertos a excepción del once y del 22 era fastidioso **BR:** “Porque es que en Dish tienes que apagar el cable para poder ver tele abierta, o sea en Dish, si quieres ver los canales abiertos tienes que apagar el Dish” otros por su parte aseveran que únicamente observan contenidos que no pasan en otro lugar, por ejemplo, fútbol mexicano, noticias, telenovelas. En palabras de Carlos Romero “Pues yo la verdad sinceramente no, pero ellas (esposa e hija) que ven sus programas que es de Televisa, o Tv Azteca **E:** ¿Novelas? **CR:** Sí **E:** ¿Y tú fútbol o deportes? **CR:** Sí o sea deportes y documentales todo eso. **E:** ¿En cuál ves más tiempo? **CR:** No es menos tiempo en la abierta **E:** ¿Por qué? Por la programación”.

Por otro lado, al cuestionar quién ofrece mejor programación, si la televisión abierta o la de paga, quince personas admitieron que en la tv de paga se observan mejores canales y contenidos; cinco personas consideran que es lo mismo la tv de paga que la televisión abierta, coincide con que cuatro de estas personas tienen un promedio de una a tres horas dedicadas a ver televisión. La señora Lidia Leiva explica que en la televisión de paga encuentra contenidos cautivadores:

“Ahorita estoy viendo *Frozen Planet*, está muy bueno **E:** ¿En qué canal? En uno de Discovery, está narrado por Carlos [Carsolio] ¡ay, pero está espectacular el programa! **E:** ¿De qué trata el programa? **LL:** La vida en el Ártico ¡precioso! más que nada la realización así la ves como si la estuvieras ahí viviendo; son programas que valen la pena, porque fueron cuatro años de hacerla, y apenas los sacaron están pasando primavera, verano, otoño e invierno (...) En los Goldens hay puras películas, hay películas buenas también, hay películas que ya he visto pero me gustan verlas, más que nada por la realización que tienen, o sea por ejemplo una de las películas que me encanta ver La Caída del Halcón Negro ¡ah muy buena película! Y verídico el hecho”.

Y no solo doña Lidia enarbola los contenidos culturales, otros usuarios también hacen referencia como Brenda Reséndiz que concuerda en que la televisión de paga es mejor al exponer más contenidos de conocimiento, cultura e información “Es mejor **E:** ¿Podría mencionar algunos? **BR:** Los de National Geographic, Discovery, History Channel”. Para Carlos Romero un fanático deportivo, la tv de paga representa una ventana a una gran

variedad de deportes: “Por ejemplo los canales de fútbol; o sea, ESPN, Speed, carreras de motociclismo, o sea deportes **E**: ¿Fútbol europeo? **CR**: Fútbol europeo, autos, motos, básicamente en programación de paga encuentras todo lo que quieres ver”. Finalmente Manuel Omar hace una reflexión sobre la televisión restringida y la televisión abierta:

“No pues es que televisión abierta es una mugre, o sea realmente es una porquería, casi todo y acá (tv de paga) pues tienes más cómo se dice... más variedad, así mucho más variedad en todos los aspectos **E**: ¿Encuentras más contenidos en la televisión de paga? **MO**: Así es **E**: ¿Entonces quién transmite mejores contenidos? **MO**: La televisión de paga definitivamente”.

Cuadro 11. Programas que predominan en los gustos de los usuarios

Nombre	¿Ve televisión abierta y de paga?	¿Qué programas te gustan de la tv de paga?	¿Quién ofrece mejor programación?
Pedro A.	Sí	Culturales	Televisión de paga
Lucía B.	Sí	Películas	Televisión de paga
Alicia R.	Sí	Culturales	Televisión de paga
Claudia A.	Sí	Culturales/Infantiles	Igual
Rebeca C.	Sí	Culturales/Infantiles	Televisión de paga
Oscar E.	Sí	Películas/Música	Igual
Mónica T.	Sí	Noticias	Igual
Ana B.	No	Películas/Música	Televisión de paga
Brenda R.	No	Culturales	Televisión de paga
Carlos R.	Sí	Culturales/Deportivos	Televisión de paga
Juan C.	Sí	Películas/Deportivos	Televisión de paga
Lidia L.	Sí	Culturales	Televisión de paga
Gerardo S.	No	Culturales/Entretenimiento	Televisión de paga
Salvador O.	Sí	Noticias	Televisión de paga
Cristina R.	Sí	Deportivos	Igual
Anahí S.	Sí	Películas/Culturales	Televisión de paga
Francisco O.	Sí	Deportivos/Películas	Televisión de paga
Pedro G.	Sí	Deportivos/Películas	Televisión de paga
Salvador M.	Sí	Películas/Culturales	Televisión de paga
Manuel O.	Sí	Películas/Culturales	Televisión de paga

El cuadro 12: Existen diferencias entre las familias que ven tv abierta y de paga. La mayoría de las respuestas se encaminan a los temas de entretenimiento, deportivos, culturales, científicos y educativos. Dicho de otro modo, sí existen diferencias en cuanto a lo que pueden ver las personas que poseen tv restringida, pues su repertorio de programas es más extenso, en cambio, reconocen que la televisión abierta es más limitada, sobre todo porque las dos principales televisoras (Televisa y Tv Azteca) ofrecen contenidos similares, por su parte, destacan los canales Once y 22 de la televisión abierta. Gerardo Sánchez estudiante de secundaria ofrece su punto de vista:

“Bueno supongo que las señoras se la pasan viendo novelas ¿no? Y los niños qué podrán ver, a veces verían Canal 5, caricaturas, algunas películas que también salen después, por ejemplo, se tardan mucho, si sacan una película en un canal, en el de paga la sacan como a los tres meses de que salió en el cine y en las otras te tardan más, ya salieron las otras dos y apenas van a pasar la uno y así, sí también se entretienen menos tiempo. Bueno digo hay cierto programas que pueden ver; y ciertos que no, bueno que se aburren, entonces no pueden buscar muchos, supongo que pasan menos tiempo viendo la tele”.

Juan Carlos, joven estudiante de Preparatoria, da otro punto de vista sobre el contenido de la televisión comercial: “No pues debería de haber más, porque a veces aburre tanto lo mismo necesitas otras; nuevas ideas, necesitas diferentes cosas **E:** ¿Qué opinas de los programas de Televisa y Tv Azteca? **JC:** Son muy, muy tontos muy como que no, a mí se me hace como ¡no manches programas así, neófitos, que no alimentan nada que no dejan nada!”.

La tercera perspectiva es de Salvador Ortiz, estudiante de Diseño Gráfico:

“Bueno en cuestiones culturales ideológicas quizás existan algunas diferencias, por el tipo de educación que se recibe a través de la televisión, puedes tener perspectivas distintas de ciertas cosas **E:** ¿Tú crees que la televisión es una educadora del pueblo mexicano? **SO:** Sí se utiliza para, principalmente mediatizar y manipular la tendencia ideológica de las personas, hablando de televisión abierta específicamente Televisa, Tv Azteca, ya en televisión de paga pues es más libre la elección del contenido que vas a cachar **E:** ¿Entonces si hay cierta diferencia por los contenidos, si a alguien no le gusta el Canal Once

tiene que chutarse Televisa o Tv Azteca? **SO:** Mmju, sí, en ese sentido sí ideológico, sí tiene mucho que ver culturalmente”.

Curiosamente, Carlos Monsiváis, un gran cronista dijo en forma sarcástica en la década de los noventa que Televisa era la verdadera Secretaría de Educación Pública (SEP), es decir, él mencionó que la formación básica de los estudiantes estriba en la SEP; sin embargo, la disposición básica a entender el mundo a través de unas imágenes, depende de la televisión, no sólo de Televisa, sino de la televisión por cable y los DVD.

Manuel Omar es claro al señalar el peso social de la televisión en México:

“Sí definitivamente, sobre todo culturales, yo creo que sí culturalmente, es que muchas veces, no siempre, ni quiero así exagerar ni mucho menos porque pues hay gente, hay de todo, pero muchas veces, por el tipo de cosas que ves, se ve el nivel cultural que uno tiene, no siempre pero muchas veces sí. Es como la ortografía ¿no?, sí o sea, si yo al ver cómo escribes sé cómo hablas entonces es algo parecido ¿no?, desgraciadamente en este país es darle al pueblo pan y circo y va a estar a gusto, entonces este pues sí muchas veces sí se ve la cultura **E:** ¿En ese sentido ayudan los canales, porque en la tele abierta hay pocos? **MO:** Hay pocos y, y los que hay, este, a la gente no le interesa, es lo mismo es la cultura también de un país no como éste, más bien populachero ahí todo, por eso se ven todas las cosas que están pasando ahorita”

Al preguntar sobre la posibilidad de que se vean obligados a prescindir de la tv de paga dentro del seno familiar. Una gran parte de los entrevistados contestó que sí perjudicaría dejar de ver tv de paga, esto se explica por el tiempo que muchos llevan con su servicio de tv restringida. La señora Lidia Leiva Vela explicó sus razones: “No pues es la única diversión que tienes la televisión, se te acabaría la diversión, si ya no puedes salir como antes, que antes podía uno salir al cine, después del cine te ibas a cenar, ahora ya no se puede porque no alcanza el maldito dinero, pues sí te afectaría porque es la diversión que tiene uno”. Por su parte la señora Alicia Ramírez comentó

“Pues a mis hijos, a mis hijos (sí les afectaría), a lo mejor a mí no, porque pues veo comedias y tengo en que entretenerme, pero a mis hijos sí, son los que llegan a ver

(televisión), por decir, tengo dos niños; uno de seis y uno de un año entonces ahí sí como que, a mi niño de un año pues le han servido los canales de caricaturas porque le han enseñado: Discovery Kids, el CBeebies y todo eso le ha ayudado mucho, a lo mejor y para mí no sería mucho, pero para mis hijos sí les caería de peso”.

Hay que destacar que Rebeca Campos madre de familia admite que sería difícil si tuvieran que cancelar su servicio:

“Sí, porque se entretienen mis hijas y en ese rato yo puedo hacer mis cosas y mis labores, **E:** ¿Crees que con la televisión abierta no sería lo mismo? **RC:** No, porque lo hemos comprobado, ya están acostumbradas (A mirar programas en la televisión de paga), porque no es lo mismo que les cambiemos de canal a caricaturas diferentes, a que les pongamos las película que siempre ven. **E:** ¿No te auxilias de otros recursos (DVD)? **E:** Sí por eso lo hacemos; ellas ahorita tienen una película adentro y yo estoy viendo acá afuera otra cosa y míralas dónde están.”

Carlos Romero tiene más de diez años con televisión de paga (distintas compañías) es tajante al señalar que sí afectaría quitar la televisión restringida en su familia:

“Pues yo creo que sí, yo creo que sí, porque te acostumbras más que nada, por ejemplo sí ¿no? o sea, es la programación más que nada llegas y quieres disfrutar (de programas), en la televisión abierta llegas puras comedias, o sea nada que ver en la televisión (abierta), hay veces que prefiero apagarla y leer o simplemente buscar un canal cultural o algo, de aprendizaje más que nada”.

En cambio algunos señalaron que de no poder pagar el servicio regresarían a la televisión abierta, aunque aclaran que la adaptación sería intrincada, debido a que las limitaciones de la televisión abierta son un obstáculo y al contar con un servicio de televisión restringida han notado diferencias en contenidos, entre la abierta y la de paga.

Al cuestionarles si en el actual contexto de México, es posible que cualquiera pueda acceder a la tv de paga, aclararon que si bien cada vez son más económicos los paquetes, depende mucho de las familias y sus prioridades.

Cuadro 12. Existen diferencias entre las familias que ven tv abierta y de paga

Nombre	¿Hay diferencias entre las familias que ven tv abierta y de paga?	¿Afectaría si prescindieran de la tv de paga?	¿Cualquiera puede acceder a este servicio?
Pedro A.	No	No	Sí
Lucia B.		No	Sí
Alicia R.		Sí	No
Claudia A.		No	Sí
Rebeca C.		Sí	No
Oscar E.	No	No	Sí
Mónica T.	Sí	No	Sí
Ana B.	Sí		Sí
Brenda R.	Sí	Sí	Sí
Carlos R.	No	Sí	Sí
Juan C.	No	Sí	Sí
Lidia L.		Sí	
Gerardo S.	Sí	Sí	
Salvador O.	Sí	No	
Cristina R.	Sí	Sí	
Anahí S.	Sí	Sí	
Francisco O.	No	No	No
Pedro G.	Sí	Sí	
Salvador M.	Sí	No	
Manuel O.	Sí	No	

El cuadro 13: Beneficios de la televisión de paga. Los usuarios aseguran que sí han sacado provecho de la televisión de paga, las respuestas van desde programas de entretenimiento, películas, series, eventos deportivos, hasta explotar los contenidos científicos, informativos y culturales. Salvador Mendoza habló sobre este tema:

“**E:** ¿Crees que te traen beneficios ese tipo de programación? **SM:** Sí **E:** ¿Cómo qué beneficios? **SM:** pues tener un poquito más de cultura saber cosas que suceden en otras partes del mundo también **E:** ¿Crees que esto también pueda llegar a ser tema de conversación algo que aprendas de la televisión? **SM:** Sí de esos canales sí **E:** ¿Cuántas horas al día ves, este tipo de programación? **SM:** Como una hora a lo mucho, a lo mucho

E: ¿Sigues viendo televisión abierta? **SM:** El once **E:** ¿Qué contenidos te gustan del once?
SM: Igual programas informativos, noticias, culturales”.

Se intentó contrastar si la televisión de paga como medio masivo de comunicación se ha vuelto importante en el entorno social. Pedro Abram Castañón considera que: “No porque a la vez está generando a que te enfoques a ese medio de televisión, o sea que estés las horas pegadas ahí todo el rato, eso no es bueno **E:** ¿Crees que el hecho de tener televisión crea una cierta adicción? **AC:** Ajá de estar viendo, éste no me gustó le cambio, y éste no me gustó y así te la vas pasar”. Por su parte, Salvador Ortiz y Oscar Eduardo ven a internet como el nuevo medio de comunicación que ha tomado trascendencia en la nueva era digital.

Manuel Omar ve la importancia de la televisión de paga en este momento y explica que simbólicamente se vuelve fundamental en el vecindario.

“En el entorno familiar y social, algunas veces sí cuando dependes mucho de algo sí, pero si no, no tendría por qué. Mira por ejemplo yo pienso igual o sea el hecho de que por ejemplo si en una, no sé, ciudad, vamos a llamarla así, una vecindad, unos tengan televisión de paga y otros televisión abierta a la mejor muchos no se enteran de lo de lo que pasa ahí, pero los que saben o lo han visto van a querer, o hacer lo posible aunque no tengan para pagar ni su luz, pero sí van a tener para pagar cablevisión o equis servicio, eh, yo creo que sí cambia la manera de pensar de mucha gente, definitivamente y , digo o sea no todos, pero muchos; a lo mejor mucha gente humilde o de escasos recursos, si lo contrata pues a lo mejor se va a impresionar con todo lo que va a ver, o muchas veces no da crédito o se va a regresar a los canales de televisión abierta ¿No?, entonces yo creo que sí cambia la mentalidad de la gente y el estatus, por así decirlo, cultural de mucha gente también claro que influye”

Finalmente, se les preguntó si habían notado, que cada día hay más antenas de televisión de paga en su comunidad. Gerardo Sánchez, señaló “Sí, sí he visto que antes era bueno... yo me acuerdo que antes veías todas las casas, bueno algunas casas que tenían las antenas de Sky, y ahorita ya ves más antenas rojas y azules **E:** ¿Sólo en tu espacio o cuando caminas por la calle? **GS:** Sí por la calle más que nada”.

Por su parte, Francisco Ortega explica cómo ha cambiado el escenario urbano

“O sea me estás dando a entender que se ve mal **E:** ¿No, si usted ha notado que cada vez hay más antenas? **FO:** Ah no, sí, sí, yo creo que orita en este edificio fácilmente yo creo que hay como una diez o quince personas que tienen televisión de paga **E:** ¿Y antes no? **FO:** Antes no, sí no se veía, tenían su antenita ahí sufriendo y todos se robaban la señal, porque ya vez que antes se podía, precisamente en esa se podía uno robar la señal. Yo tardé como un año así robándome la señal, un año, dos años tardé”.

Salvador Ortiz joven estudiante recuerda cómo eran antes las antenas de televisión y cómo lucen en la actualidad:

“Sí, un buen, le da como más, bueno yo siento que le da un poco de color a las azoteas las antenas, bueno a mí sí me gustan como luce **E:** ¿Por el color y lo estético? **SO:** Mmm crea como cierta atmósfera urbana, o como ya un poco futurista a comparación de lo que veía cuando era niño ahora, bueno o sea ya es un debraye un poco más personal **E:** ¿Y cuándo eras niño cual era tu perspectiva? **SO:** Pues no había mucho, no existían esas antenas, eran diferentes eran más grandes las parabólicas; también ésas estaban chidas **E:** ¿La señalabas o algo así? **SO:** Sí, sí llamaban la atención, ahora ya es más monótono, pero aun así como que aporta algo más a la vista”

Manuel Omar tiene su punto de vista:

“Sí, sí sí ha cambiado mucho el escenario urbano, o sea, que padre era, no sé, poderte ir a un, a un mirador, bueno no, estoy exagerando un mirador no, porque en un mirador no los ves, pero por ejemplo, tú vas, simplemente con subirte al segundo piso y vas a ver muchas antenas rojas, azules y grises; y pues sí cambia el entorno urbano, sí lo cambia **E:** ¿Antes era difícil ver eso? **MO:** Era muy complicado, ese tipo de antenas solamente la veías pues en zonas residenciales: las Lomas, Pedregal, Polanco en fin, ¿No? o sea, era un lujo tener televisión de paga antes **E:** ¿Te tocó de pequeño ver las parabólicas? **MO:** Sí claro sí y con gente que yo conozco, gente que tenía parabólica, de familiares y amigos **E:** ¿Te invitaban a ver algunos programas? Alguna que otra vez, más que nada este pues por entretención, o sea sobre todo en casa de algún tío”.

Muchos reconocen que con el paso de los años la televisión de paga poco a poco se ha ido insertando en varias latitudes de la sociedad y en la actualidad es un medio de comunicación importante.

Cuadro 13. Beneficios de la tv de paga

Nombre	¿Te ha traído beneficios la tv de paga?	¿La tv de paga se vuelve importante en tu entorno social?	¿Ha cambiado el escenario urbano con las diferentes antenas de tv de paga?
Pedro A.	Sí		
Lucía B.		Sí	
Alicia R.	Sí		
Claudia A.	Sí		
Rebeca C.	Sí		
Oscar E.	No		
Mónica T.	Sí		
Ana B.	Sí	No	Sí
Brenda R.	Sí		
Carlos R.	Sí		
Juan C.	Sí		
Lidia L.	Sí		Sí
Gerardo S.	Sí	Sí	Sí
Salvador O.	No	No	Sí
Cristina R.	No	No	Sí
Anahí S.	Sí	Sí	No
Francisco O.	Sí	Sí	Sí
Pedro G.	Sí	No	Sí
Salvador M.	Sí	Sí	Sí
Manuel O.	Sí	Sí	Sí

En síntesis, como se puede observar en la descripción de los resultados de la investigación empírica, la televisión de paga, es un medio de comunicación esencial en el entorno de los grupos sociales de bajos recursos económicos; lo cual a su vez deriva en un incremento considerable del sector. Este ritmo vertiginoso ha ocasionado cambios en los gustos de los espectadores, en palabras de Pierre Bourdieu, es una de las apuestas más vitales de las luchas que tienen lugar en el campo de la clases y en el de la producción cultural, la oferta de canales culturales y programas de índole científico están vinculadas con las prácticas sociales que desde sus inicios se han adoptado. Por ejemplo, Alicia Ramírez dedicada al cuidado del hogar señala que hay canales que se pueden aprovechar por los contenidos que ofrecen:

“Vienen cosas tanto para uno, como para los niños; el Discovery Channel que por decir a mi niño el más chico le gustan ése tipo de cosas, de los animales que luego se pone a ver con mi papá, y le ha servido mucho para la escuela, ahora que vieron los animales pues ya supo que comen los animales, en dónde viven, todo eso (le ayuda a adquirir conocimiento) para mi hijo que va ahorita en primero, de primaria sí le ha servido”.

Pierre Bourdieu, señala algunas de las condiciones sociales en las que se producen los cambios: “Aun sabiendo que los mismos que se ensañan en rechazar la evidencia de la relación entre el gusto y la educación, entre la cultura en el sentido de estado de lo que es cultivado y la cultura como acción de cultivar, se sorprenderán de que pueda emplearse tanto trabajo para probar científicamente esta evidencia”. Surgen las personas que aprovechan la mayor cantidad de beneficios, al contratar un servicio de televisión de paga, por otro lado, pequeñas cuestiones como evitar acomodar la antena aérea, como se hacía a la vieja usanza; evitan la frustración y desesperación de las personas y mejora la imagen del televisor, es decir, es más nítida, encuentran programas específicos como los deportivos, los culturales, películas y musicales.

Del mismo modo, hay quien piensa que los contenidos llegan a ser dañinos cuando no se puede discernir la naturaleza de los bienes consumidos y la manera de consumirlo. La señora Cristina Rosas, dio su punto de vista sobre las desventajas de la televisión hoy en día:

“Al contrario también esas películas tan malas que pasan de Estados Unidos aquí de tanto chamaco tan rebelde por eso tenemos tantas rebeldía entre los chavos, tantas bandas, tantos punketos, tantos tatuados y perforados, bastante porquería que traen de allá o ¿no? una copia barata de todo lo de allá es lo que son los chamacos; pero así lo pienso, que a los chamacos les ha perjudicado mucho ver la televisión en ese aspecto de pasar tanta película tan mala de Estados Unidos”

Pasar varias horas postrado frente al televisor también es perjudicial porque descuidan otros aspectos fundamentales de la vida, así lo interpretó, Salvador Mendoza:

“Pues se vuelven importantes (contenidos), pero descuidamos otras cuestiones **E:** ¿Cómo qué? **SM:** Pues como las actividades de jugar, el que antes se ponían a jugar fútbol en la calle vóleibol, este, corrían, se escondían, hay muchas actividades que eran más sanas porque ya te metes al internet, te metes a estos canales, te metes a los videojuegos todas esas cosas y descuidas tu salud, porque ya no haces ejercicio no haces actividades **E:** ¿Se vuelve un vicio? **SM:** Sí yo siento que sí, yo no tengo de esas cosas del Face(book) y eso no, pero todos sí, toda mi familia tienen el Face y sí pierden de menos media hora diaria cada uno de los integrantes de mi familia **E:** ¿Antes era común ver jugar a los niños jóvenes? **SM:** Sí todo eso se ha perdido, aparte te afecta en la salud, porque ya no haces actividades, tienen problemas de obesidad, vienen problemas, de este, de lo que es la diabetes, vienen problemas este de todo en cuestión de salud, porque no hay actividad no hay juegos, y ya pues yo estoy acostumbrado a que cuando era chico, ahí jugábamos, fútbol, tochito, escondidillas todas esas cosas”

Para Bourdieu el capital escolar, el capital cultural e incluso el capital económico, se constituyen del tal forma que los agentes o los grupos se distribuyen en él, en función de su posición en las distribuciones; son sin duda eficientes. Ahora bien, resulta que las personas tienen más cosas en común cuanto más próximos están en ambas dimensiones y tantas menos cuanto más alejados. Las distancias espaciales sobre el papel equivalen a distancias sociales. Entre las personas entrevistadas hay un surtido de profesiones: amas de casa, estudiantes, jubilados, desempleados, profesionistas, todos se oponen dependiendo del peso relativo del capital económico y del capital cultural en su patrimonio.

Por otro lado, el gusto también es un elemento importante dentro del campo de la producción cultural, en este caso los canales y los programas que cada persona ve, además de las condiciones sociales: “La relación entre el gusto y la educación, entre la cultura en el sentido de estado de lo que es cultivado y la cultura como acción de cultivar” si a esto incorporamos otro importante concepto como es el capital escolar lo que se aprende en los centros de enseñanza y la forma de utilizarlo, no sólo en éstos, sino también fuera de ellos, es decir, en los círculos familiares o con los amigos. La televisión es un lugar idóneo para obtener un beneficio, a pesar de la exigua oferta de canales y programas culturales en la televisión abierta, esto quedó demostrado durante las entrevistas realizadas. Se consideró lo complicado de algunas zonas para poder captar los canales abiertos con buena calidad, lo que obliga a las personas a adquirir un sistema de televisión de paga, y resalta de nueva cuenta la importancia de la televisión, en las familias mexicanas.

Parte de los contenidos también son esenciales para transformar las relaciones del juego cultural entre las personas que cuentan con un servicio de tv de paga, como es el caso de Salvador Mendoza, quien comentó que a través de programas y canales adquiere conocimiento y se vuelven una pieza fundamental:

“Por ejemplo como el de Discovery, el de la Historia (History), todos esos programas
E: ¿Te gustan ese tipo de canales, por qué? **SM:** Aprendo mucho **E:** ¿Qué tipo de programas ves ahí? **SM:** Pues de historia sobre todo de historia, de cultura **E:** ¿Te llama la atención el tema? **SM:** Sí la historia de todo como se fue formando la tierra, el planeta, este de la biblia de este de los romanos de todo eso **E:** ¿De algún modo te beneficia? **SM:** Sí para cultura. (...) Ah pues con cualquier persona, ahorita nos pusimos a platicar de historia, de cultura, de la evolución, de la creación. **E:** ¿De programas que has visto? **SM:** Mmju, sí, porque no me gusta leer.; inclusive tengo películas de historia”.

Salvador es una persona que obtiene ventaja de su sistema de televisión de paga, como él, existen otros usuarios que hacen lo mismo, es decir, consumir cosas diferentes y se apropiarse del conocimiento al que están expuestos, resulta fructífero para ellos; sin embargo, hay suscriptores que a pesar de contar con un servicio de televisión restringida siguen

intrínsecamente vinculados a la televisión abierta y sus contenidos, sobre todo de Televisa y Tv Azteca. La realidad es que la gran mayoría de los entrevistados ha visto televisión abierta como su única opción durante años, se vuelve complicado que las personas puedan desligarse por completo de ella. No obstante, en la actualidad están recibiendo intercambios simbólicos de la televisión de paga, y lo hacen a través de la programación, al respecto Bourdieu señala que:

“De la visión que los ocupantes de cada posición puedan tener de los ocupantes de otras posiciones, y que confiere su forma y su fuerza propias a la propensión de cada grupo a tomar y a dar la verdad parcial de un grupo como la verdad de la relaciones objetivas entre los grupos. Con vistas a conseguir determinar cómo las disposiciones cultivadas y la competencia cultural, aprehendidas mediante la naturaleza de los bienes consumidos y la manera de consumirlos, varían según las categorías de los agentes y según los campos a los cuales aquéllas se aplican”

Influyen otros aspectos de la vida cotidiana como: las prácticas culturales, el origen social, el sistema escolar. Siguiendo con los conceptos de Pierre Bourdieu, otro indicador lógico, señala que a mayor inculcación escolar, garantiza más capital cultural, sin olvidar, el que se hereda dentro del círculo familiar; aunque este indicador es muy volátil en la sociedad mexicana, el ejemplo más claro, al momento de realizar las entrevistas y preguntar su nivel escolar para relacionarlo con actividades como: leer periódicos y libros, escuchar radio, asistir a espectáculos recreativos; visitas a museos, teatros y conciertos. Son características que están muy ligadas entre sí, y estrechamente relacionados con el capital cultural. La realidad es que pocas personas concatenan varias actividades y en todas se incluye la televisión como el principal medio de comunicación y entretenimiento.

El citado autor establece una correlación significativa de las clases sociales y el capital cultural adquirido fuera de la escuela “las diferencias de capital escolar se encuentran asociadas con diferencias importantes en los conocimientos y en las preferencias” esto es de los objetos que se ofrecen al libre albedrío de los ciudadanos, no existen ningunos más enclasantes que lo legítimo, globalmente distintivos, que permiten la producción de distingos al infinito, gracias al juego de las divisiones y subdivisiones en géneros, épocas, maneras y

autores. Así también para distinguir las oposiciones más importantes destaca tres universos intrínsecamente ligados al gusto, nivel escolar y clase social:

Gusto legítimo: Aumenta con el nivel escolar, hasta lograr su frecuencia más alta en las fracciones dominantes.

Gusto medio: Un grado más alto que el gusto popular y menor que el legítimo.

Gusto popular: Varía en razón inversa al capital escolar.

Para aterrizarlo en el tema de la televisión de paga y específicamente en sus contenidos, las personas consideran principalmente los gastos de primera necesidad, la televisión restringida pasa a ser un servicio completamente simbólico que se vuelve esencial y efecto propio del gusto de necesidad, la señora Lidia Leiva explica:

“**E:** ¿El cable lo ha tenido hace diez años? **LL:** Sí, sí me he peleado con ellos y luego ya porque luego la señal la quitan o se va por circunstancias que son ajenas a ellos, pero es que ya la tele no se puede ver con antenas de los otros ya tienen que ser con antenas (tv de paga) **E:** ¿Es muy difícil que la señal se vea con antena de aire, no hay calidad? **LL:** No tiene que ser a fuerzas con sistemas de esos de cable, ahí nos dieron en la torre porque no puedes estar, si tienes una antena de éstas (aérea) pues estas derecha, izquierda, norte sur y nada”.

Algunos signatarios manifiestan que en la actualidad es importante contar con un servicio como éste, porque existen muchos lugares como la colonia Corpus Christi donde es complicado captar las señales de televisión abierta. Para los usuarios una manera de ver los canales nítidos es únicamente con televisión de paga, para muestra, muchas familias cuentan con un televisor analógico y las antenas aéreas no son tan confiables hoy en día.

Aún a las personas que tienen televisores de última generación se le dificulta las señales digitales en sus aparatos, en palabras de Bourdieu: “La necesidad impone un gusto de necesidad que implica una forma de adaptación a la necesidad y, con ello, de aceptación de la necesidad. La clase social no se define sólo por el *habitus* de clase, éste es producto de los condicionamientos normalmente impuestos a los que están destinados a esa condición”.

Anteriormente se había señalado que los usuarios no consideran que sea un despilfarro gastar en tv restringida, es cierto que para un sector importante representa un lujo que apenas pueden solventar; sin embargo, para otros es un dispendio que se pueden permitir como Lidia Leyva: “Es como comprar las tortillas del mes (sic)”. Finalmente hay otros que aseguran que mediante un ahorro cercano a los veinte pesos semanales, se puede cubrir el costo de la televisión de paga. Lo importante es que los consumidores encuentran una satisfacción equivalente que les proporciona un bien o servicio, en el hecho de calcular y saborear “lo que se han ganado” y son capaces de apreciar su justo valor.

Conclusiones

•Televisión

En el último cuatrienio, la televisión de paga en México tuvo un repunte histórico, de acuerdo con la extinta Comisión Federal de Telecomunicaciones (Cofetel) durante el segundo trimestre del 2013, el sector de telecomunicaciones creció 9.5 por ciento, con respecto al mismo periodo del 2012, esto es, televisión vía satélite (Sky y Dish) cerró el trimestre con 7.3 millones de suscriptores; la televisión por cable (Cablevisión, Axtel Tv, Totalplay, Megacable, Cablecom) cerró con 6.9 millones; por cierto la televisión por cable no registraba un crecimiento considerable desde el segundo trimestre de 2007. Es indudable que la televisión de paga es una pieza fundamental en el entorno social y económico, de hecho, la Cofetel señaló que las empresas de televisión por cable han apoyado la tendencia positiva de crecimiento en las ofertas de doble y triple play.

La televisión satelital se consolidó como la principal tecnología de acceso al mercado mexicano de la televisión de paga. Esto es interesante, dado que los problemas de las Telecomunicaciones en México en estos momentos son instalar decodificadores y/o antenas digitales para la recepción de las señales de televisión digital terrestre (TDT), en los domicilios ubicados en la frontera del país, Tijuana fue el primero; es pertinente señalar que hubo un retraso, a causa de elecciones estatales. La Cofetel dio a conocer la fecha límite para la suspensión de las transmisiones analógicas en algunas ciudades del país. El acuerdo se publicó en el *Diario Oficial de la Federación* (DOF 31/VII/2013), el organismo indica que para Ciudad Juárez, Nuevo Laredo, Reynosa, Matamoros y Monterrey, el plazo para dicha terminación es el 29 de mayo de 2014.

Durante gran parte de esta investigación, se tomó como punto de partida la televisión, y cómo ha ido ocupando un lugar sobresaliente en las actividades familiares y sociales, sobre todo se circunscribió a la tv de paga, porque el mercado ha empezado a crecer y por lo pronto se ha mantenido. Las cifras son claras, la televisión de paga creció 50 por ciento en los últimos cinco años, pasó de 29.4 por ciento en 2008 a 44.3 por ciento en 2013.

Si bien es cierto que otros dispositivos van en aumento, la pantalla chica ha demostrado que con el paso de los años se ha adaptado y reinventado para permanecer como el principal medio de comunicación por ejemplo, la red social *Twitter* (muy usada hoy en día) va de la mano con ver televisión, y a través de sus *hashtags* crea una interacción entre los telespectadores y la televisoras a través de sus programas, éstas han aprendido a sacar provecho de las redes sociales para interactuar con las personas. En particular, el enfoque no fue visto desde la perspectiva de negocio, al contrario se orientó a entender por qué se ha vuelto un fenómeno en los años recientes, sobre todo en las clases sociales bajas, tan acostumbradas a la televisión abierta y de pronto se originó una transición hacia la tv de paga. Como consecuencia la perspectiva de la gente se ha alterado en busca de una mejor calidad y de contenidos que les aporten algún beneficio.

•Televisión en México y su construcción de cultura e identidad

Primero que nada la televisión abierta ha jugado un rol importante durante años, y han sido sus programas y contenidos los que se han encargado de producir un intercambio de significados, mediante los distintos estilos de vida, sus prácticas sociales, y los bienes que son cada vez más globales en las sociedades, este medio es capaz de adquirir identidad, y crear “teleraña de significados” (célebre metáfora de Clifford Geertz) en donde la cultura se trasmite entre las personas en formas simbólicas que inciden en la experiencia de los individuos. Por ejemplo, la telenovela ha sido el principal producto de la televisión en México, durante años el espectador se ha identificado con los personajes de los melodramas, ha adoptado maneras de hablar o vestir, y después de varios años sigue en el gusto del público, de igual forma pasa con otro tipo de programación.

Florence Toussaint ha señalado de forma acertada que la televisión se ha convertido más en un vehículo de “culturamericanización” que de fortalecimiento de la cultura y la identidad nacional. Es verdad, la pantalla chica es un excelente medio para nutrirse de programas de todo el mundo, es más frecuente ver que la televisión abierta prefiere contenidos extranjeros para llenar su parrilla, sobre todo de programas estadounidenses, la cercanía con ellos es importante. La producción como la recepción de formas simbólicas cambia con frecuencia.

Es increíble, pero en México desde que se instauró la televisión allá en el lejano 1950 la única empresa que ha creado un emporio es Televisa; que se fusionó primero con Telesistema Mexicano, y después con Televisión Independiente de México. Se pensaba que con la venta de Imevisión en 1993 al sector privado y transformada en lo que actualmente se conoce como Tv Azteca, equilibraría un poco la balanza y la competencia sería fructífera para las personas, quizás en un principio fue así; sin embargo, en la actual coyuntura ambas parecen ir de la mano con una barra programática similar y sin ofrecer realmente alternativas que enriquezcan a los públicos. Los gobiernos también tienen responsabilidad al dejar que crezcan desmesuradamente como sucedió en la alianza Televisa-Iusacell, pues ahora compiten por un lado y son socios en otro.

Existen cifras claras de las formas de repartirse el auditorio las dos cadenas de televisión abierta en México; Televisa con un 70 por ciento y Tv Azteca con el 30 por ciento, en ese orden en el sector de la televisión abierta, de hecho la televisión de paga, empieza a competir, aunque todavía está por debajo de la abierta. Por otro lado, los canales públicos han sido vilipendiados a lo largo de la historia, su principal objetivo es antagónico a los medios comerciales, en primer lugar; por su naturaleza jurídica, en segundo lugar; el poco presupuesto y en tercero por la escasa difusión.

Por ejemplo, el cambio más sobresaliente para un medio del estado se dio con Canal 11 en el año 2010 mediante un convenio con el Organismo Promotor de Medios Audiovisuales (OPMA), dependiente de la Secretaría de Gobernación la señal pasaría del 28 por ciento al 42 por ciento, si bien se trata de un aumento notable, difícilmente se equipara al de los medios comerciales y sobre todo al apoyo que brinda el Estado al sector privado, y que Canal Once esté supeditado al OMPA. Asimismo con la transición a la TDT se puede aprovechar para subir más señales como lo hace el OMPA con señales digitales de los canales: Una voz para todos, Ingenio Tv y Tv UNAM.

•Televisión de Paga

Hay que tener en cuenta que conforme avanza el tiempo las cifras de personas que se suscriben a la televisión restringida aumenta, al cierre del 2012 las cifras de la Comisión Federal de Telecomunicaciones (Cofetel) señalaban que al final del tercer trimestre del año 2012 la televisión restringida tenía más de 12.5 millones de abonados, de los que 6.7 millones son del segmento de tv satelital y 5.8 millones de cable. Además el Latin American Multichannel Advertising Council (Lamac), reportó que en 2013 el país estaba cerca de alcanzar el 50 por ciento de penetración de los servicios de tv de paga a nivel nacional.

La televisión por cable también ha crecido aunque es más pequeño su avance comparado con el DTH, éste se consolidó como la principal forma de acceso en México a la tv restringida. Otro punto para medir el crecimiento que ha tenido la tv de paga, es la inversión publicitaria que en 2010 era de tres mil 606 millones de pesos y en 2011 se incrementó a cuatro mil 194 millones.

El panorama de la televisión de paga en México es similar al escenario que se presenta dentro de la televisión abierta, por la siguiente razón: Televisa a través de sus filiales Sky, Cablemás, Cablevisión, y TVI concentra más del 56 por ciento; sin embargo, si se suma la alianza con Megacable, a través del triple play de YOO, la cifra crecería a más de 60 por ciento de los abonados que hay en nuestro país: El Monopolio es abrumador, si también se le agrega que tiene la autorización con algunas de sus operadoras para poder ofrecer otros servicios como internet y telefonía fija, esto origina una alta concentración y como consecuencia sofocan una competencia justa con empresas que intentan entrar al mercado de la televisión restringida. Dish México tiene cerca del 15 por ciento y el resto de 13 por ciento se lo distribuyen pequeños operadores, esto impide que muchas personas puedan acceder a un medio cada vez más valioso, además está lejos de ser una bonanza en el rubro de las tecnologías.

Por su parte Axtel Tv que inició operaciones en enero de 2013, reportó que tenía planeado llegar al cierre del año con 63 mil clientes, esto demuestra que la competencia beneficia al mercado de la televisión de paga y por supuesto a los consumidores.

•Dish

El gobierno tiene la facultad de poner orden y crear oportunidades que beneficien no sólo a los grandes consorcios, sino que favorezcan a los espectadores, privilegiar a los mismos de siempre evita que haya una verdadera competencia. Si bien Dish ha sido un bálsamo para el desarrollo de las telecomunicaciones, no es la panacea que México necesita para desarrollar una competencia justa en este sector.

He aquí, a juicio del autor que la principal causa de que exista en este momento un mayor acceso a la televisión restringida obedece en gran medida a la entrada de la empresa Dish México pues coincide con los datos de la extinta Cofetel que indicaban que desde el primer trimestre del 2009 los suscriptores de televisión de paga comenzaron a crecer. Hay que recordar que Dish entró a finales del 2008, de hecho en 2010 se tuvo el avance histórico más importante en ese sector, la televisión restringida creció 83.8 por ciento. Por supuesto que las operadoras de Grupo Televisa se vieron obligadas a modificar sus paquetes para no perder terreno, incluso contemplar a las personas de bajos recursos, cosa que no hicieron en el pasado.

La importancia de Dish es que apuntó precisamente a un mercado que no había sido atendido, como lo son los grupos sociales de bajos recursos. Algunos de los puntos mostrados en este trabajo encajan perfectamente con el *Estudio de la OCDE sobre políticas y regulación de telecomunicaciones en México del 2012*. La Alianza de MVS –Echostar y Telmex (con su servicio de promoción y facturación) movieron las aguas en las televisión restringida, las operadoras ligadas a grupo Televisa se vieron obligadas a reestructurar sus paquetes con la intención de evitar que sus abonados se mudaran a una más barata y al menos lo que consiguieron en primera instancia es que el mercado de la televisión restringida fuera el beneficiado.

Es cierto que Dish está lejos de equipararse con las filiales de grupo Televisa, sobre todo por las limitantes que aún tiene en su programación, el número de canales es todavía un obstáculo, si bien es cierto que en 2008 iniciaron con únicamente 36 canales, y hoy a finales de 2013 ya son 48, más 5 de televisión abierta, 10 de audio o musicales y por supuesto la guía

de programación, en el paquete básico, sin duda es un síntoma de que siguen con la firme intención en permanecer, ampliar su cartera de clientes y por supuesto beneficiarse en términos de ingresos.

Sin embargo, Dish y Multivisión no han tenido un camino fácil, Grupo Televisa se encargó de obstaculizar su avance. Como ya se comentó con anterioridad, en el año 2004 Sky absorbió a los suscriptores de Directv, cuando ésta se fue a la quiebra, y una de las razones fue que no pudo transmitir los canales abiertos de Televisa (2,4,5,9) además tenía una pesada deuda que no pudo solventar. Durante la entrada de Dish, Televisa participaba en el mercado de televisión de paga con Cablevisión y Sky; posteriormente se asoció con, Megacable, Televisión Internacional (TVI o Cablevisión Monterrey) compró el 100 por ciento de las acciones de Cablemás.

De hecho como se comentó dentro de esta tesis, la empresa de Emilio Azcárraga Jean anunció su intención de comprar el 51 por ciento de Cablecom por cerca de 7,000 millones de pesos; al cierre de este proyecto no se había oficializado nada, pero la intención de Televisa era clara crecer todavía más en este sector.

Otro hecho de enorme importancia fue que hasta antes del “Pacto por México” en este país no había un reglamento que regulara el *must offer* y el *must carry* en el mercado mexicano, esto ocasionó una disputa entre Dish y las dos principales televisoras comerciales del país, que sólo sirvió para estancar el mercador y perjudicar a los televidentes. Por ejemplo la empresa de Emilo Azcárraga Jean ofrecía un paquete de 10 canales abiertos por un precio que rondaba los dos dólares, a las empresas de televisión restringida. Lo singular de esto, es que las filiales de Grupo Televisa sí han ofrecido todos los canales abiertos, suena irrisorio, pero la misma empresa pone sus precios y su forma de pago para sus filiales.

Hay semejanzas en los problemas que enfrentó DirecTv y los que encaró Dish, aunque sí le perjudicó el hecho de no transmitir los canales abiertos, esto no fue un obstáculo para su ascenso. Hoy en día gracias a la reforma en materia de telecomunicaciones ya puede ofrecer los canales abiertos, en realidad son cinco (2,5,7,9,13) ha logrado posicionarse sobre todo por sus bajas tarifas, vale la pena mencionar que de todos los operadores de televisión de paga

Dish tiene uno de los precios más accesible, 163 pesos mensuales lo que equivale a 12.8607 USD¹⁰¹. Durante la aplicación de las entrevistas varias personas consideraban fundamental que su sistema de cable tuviera la señal de los canales abiertos, con el argumento de que en algunos lugares la recepción de la antena aérea es deficiente, lo interesante aquí, es que muchos lograron adaptarse.

De hecho los que han estado más tiempo ligados a un sistema de cable, en la actualidad consumen menos televisión abierta. Muchos cuentan por primera vez con televisión de paga, esto ha cambiado su panorama, algunos han tenido la oportunidad de explorar su guía de programación, otros admiten que es muy extensa y a veces no tienen tiempo. Algunas personas contrataron el servicio porque buscan cosas específicas que no encuentran en la televisión abierta como: deportes, películas (sin abundante cantidad de comerciales), series, documentales, estrenos y programas musicales.

•Las clases sociales

La televisión de paga es una pieza fundamental en el entorno de la clase social baja, si bien representa un incremento considerable del sector, este ritmo vertiginoso ha ocasionado cambios en los gustos de los espectadores, en palabras de Bourdieu es una de las apuestas más vitales de las luchas que tienen lugar en el campo de la clases y en el campo de la producción cultural, la oferta de canales culturales y programas de índole científico están vinculadas con las prácticas sociales que desde sus inicios se han adoptado, por ejemplo, de las personas entrevistadas, una gran cantidad de usuarios señalaron que en la televisión de paga existen canales y programas que se pueden aprovechar por sus contenidos que ofrecen y que ayudan a adquirir conocimiento. Muchos se decantan por los programas y canales de la televisión de paga.

Por ejemplo, ver televisión abierta es muy distinto a consumir televisión de paga, esta última de acuerdo a las palabras de Bourdieu es una práctica inicialmente «aristocrática» puede ser adoptada por una fracción creciente de los burgueses y de los pequeños burgueses, incluso de las clases populares “hay que evitar transformar en propiedades necesarias e

¹⁰¹ Precio en dólares del segundo semestre de 2012.

intrínsecas de un grupo las propiedades que les incumben en un momento concreto del tiempo debido a su posición en un espacio social determinado, y en un estado determinado de la oferta de los bienes y de las prácticas posibles”.

Los habitantes más pobres suelen estar excluidos del consumo de bienes y servicios culturales. Dependencias como el Inegi y el Coneval han mostrado a través de cifras que el país avanza, que cada vez hay un porcentaje mayor que pasa de una clase a otra; sin embargo, el autor de este proyecto es escéptico, porque en México existe una problemática de desigualdad que se manifiesta, sobre todo, como diferencia socioeconómica, lo cual se hace visible principalmente en las prácticas culturales. Como se ha recalcado, las fronteras tecnológicas han comenzado a desmoronarse, aparecen nuevos modelos; se abaratan y esto permite que muchas personas accedan con dificultades a los diferentes medios de comunicación, es cierto que aquéllos que tienen un nivel económico más alto gozan de más privilegios, porque pueden acceder a esos medios sin muchos problemas. No obstante, la distancias han empezado a disminuir lentamente, apenas se notas escasos cambios, si bien no todos pueden solventar aún esos gastos porque es la realidad, los que comienzan hacerlo simplemente se van adaptando y a veces lo hacen de manera provisional. Para las clases medias y altas existen paquetes que son demasiado ostentosos.

De este modo, las diferencias culturales pierden su entidad histórica, dejan de ser vistas como rasgos formados en etapas donde la desigualdad operó de maneras distintas, y por tanto susceptibles de cambiar en procesos futuros. Quienes suponen que en las diferencias culturales está su mayor fortaleza, tienden a absolutizarlas.

Los bienes, hoy en día son considerados como signos distintivos, mediante sus prácticas y propiedades los sujetos perciben que forman parte de la realidad social. Si en algo tiene razón Pierre Bourdieu, es al señalar que una clase social se define en muchos aspectos por su forma de ser, y la de consumir, pero esto no tiene que ser ostentoso para ser simbólico, entonces no importa si alguien contrata un servicio con el proveedor más barato en este caso Dish, o alguien lo hace con uno de los más costosos como Sky, ambas son prácticas simbólicas. Antes de este auge de la televisión de paga, las antenas parabólicas eran un signo distintivo,

eran limitados los hogares que contaban con el servicio. En la actualidad todas las clases sociales recurren a objetos simbólicos como éste. En esta colonia, se establece una distinción de poder adquisitivo, quien tiene los recursos para pagarla, lo hace

•Reforma en Telecomunicaciones

México reconoce lo importante que se ha vuelto la figura de las telecomunicaciones; no obstante, la penetración de dichos servicios es bastante pausada y desigual. Dentro del presente proyecto se habló de varias aristas para explicar la actualidad de la sociedad mexicana y su relación con uno de los medios de comunicación más influyente y con mayor penetración en la sociedad, a pesar del nacimiento y fortalecimiento de nuevas tecnologías. El modelo de la televisión de paga se ha ido incrementando en varios países de América Latina, no es exclusivo de México; sin embargo, en el país la introducción ha sido más lenta, claro, en parte se debe a las condiciones socioeconómicas de los habitantes y la concentración de los medios que está en manos de unos cuantos consorcios.

El miércoles 19 de diciembre de 2012 fue puesto en órbita el satélite Bicentenario, con una inversión de 14,000 millones de pesos, su objetivo es prestar servicios de banda ancha, telefonía, internet, comunicaciones y de seguridad nacional. Este satélite debe sustituir al Solidaridad II, que se prevé terminaría su vida útil en el 2013, asimismo se contempla la posibilidad de incluir dos más el Centenario y Morelos III que serán lanzados entre 2013 y 2014, es una prueba más de que en la actualidad las telecomunicaciones se sitúan con carácter de urgente en las esferas de la sociedad.

En los últimos días de su sexenio Felipe Calderón, optó por darle un poco a los medios del Estado, por ejemplo: el Instituto Mexicano de la Radio (IMER) salió beneficiado en un cambio tecnológico con destino a las trasmisión de señales digitales, en este momento la radiodifusión digital es aún limitada; incluso en medios privados, entre sus ventajas ofrece una mejor calidad del sonido, pues existe la opción para la transmisión multicanal, además puede haber transmisión simultánea de datos.

En el caso de Canal 11 es notable que haya alcanzado una mayor cobertura; sin embargo, el hecho de utilizar al Organismo Promotor de Medios Audiovisuales (OMPA) creado (DOF: 31/III/2010) como intermediario para operar canales de televisión resta autonomía a este canal. Durante su mandato se habló de licitar nuevas cadenas de televisión, pero esto no sucedió así, solamente quedó en promesas de campaña.

Después de la transición de poderes en México, es decir, el retorno del PRI al gobierno federal, el escenario de las telecomunicaciones en México ha arrancado con expectativas y nuevas promesas, por ejemplo: la reforma en materia de telecomunicaciones (DOF: 11/VI/2013) es sin duda el cambio más sobresaliente que ha vivido México en las últimas décadas en este sector, la confianza de que el Estado garantizará el derecho de acceso a las tecnologías de la información y comunicación, así como a los servicios de radiodifusión y telecomunicaciones, incluido el de banda ancha e internet, es el mayor reto en los próximos años.

Además la aparición de dos nuevos órganos reguladores con autonomía constitucional en telecomunicaciones y competencia: por un lado el Instituto Federal de Telecomunicaciones (Ifetel) y la Comisión Federal de Competencia Económica (CFCE), por su parte la Cofetel ya desapareció. Al cierre de esta tesis faltaban aún las leyes secundarias en materia de telecomunicaciones, radiodifusión y competencia.

Otros puntos igual de importantes son la apertura a la inversión extranjera en todas las áreas de telecomunicaciones, se reserva un tope de 49 por ciento de participación en radiodifusión. De hecho, gracias al artículo quinto transitorio la empresa mexicana Satmex pasaría a manos de la empresa francesa Eutelsat Communications.

Otro de los objetivos es la obligación que tienen los sistemas de cable de incluir de manera gratuita señales radio difundidas (*must carry*), así como la obligación de la televisión abierta de ofrecer de manera no discriminatoria y a precios competitivos sus señales a operadores de televisiones de paga (*must offer*), imponiendo límites a la concentración de mercados y a las concentraciones de varios medios masivos de comunicación que sirvan a un mismo mercado,

para asegurar un incremento sustancial de la competencia en los mercados de radio y televisión.

El artículo octavo transitorio además de establecer las bases del *must carry* y *must offer*, señala que una vez constituido el Instituto Federal de Telecomunicaciones, éste deberá publicar, en un plazo no mayor a ciento ochenta días naturales, las bases y convocatorias para licitar dos nuevas cadenas de televisión con cobertura nacional, bajo los principios de funcionamiento eficiente de los mercados, máxima cobertura nacional de servicios, derecho a la información y función social de los medios de comunicación, y atendiendo de manera particular las barreras de entrada y las características existentes en el mercado de televisión abierta, la buena noticia es que ni Tv Azteca ni mucho menos Televisa podrán participar.

Como colofón, a pesar de los enfrentamientos entre empresarios de las telecomunicaciones, y la predilección que tiene el Estado por favorecer a los medios comerciales-privados, aún cuenta con un estrecho vínculo con las televisoras públicas que debe aprovechar, y no sólo mostrar disparidad y favoritismo; sin embargo, en el actual contexto social, los medios del Estado no han menguado los efectos ocasionados por los nuevos medios de comunicación que en los años recientes han mostrado un escalamiento sorprendente. Los medios y las nuevas tecnologías no son los únicos que han evolucionado, los estilos de vida también lo han hecho, si antes la pasividad del televidente le permitía amoldarse a lo que le ofrecía la televisión abierta, hoy las necesidades son opuestas, el gusto de las familias se ha fragmentado, cada uno tiene intereses distintos y con anhelo de nuevas cosas que un simple y vacío entretenimiento.

Hace años la televisión de paga era exclusiva de personas con un nivel socioeconómico alto, hoy la penetración de ésta ha llegado a las clases populares, este acceso empieza a modificar su forma de ver y entender la televisión, es decir, no sirve únicamente para pasar el rato y divertirse, algunos han encontrado utilidades en los contenidos científicos, informativos y culturales, estos programas han mellado las prácticas sociales y hábitos de las personas. Es cierto que muchos televidentes aún ven televisión abierta, pues ésa ha sido su rutina durante décadas; sin embargo, entre más tiempo estén intrínsecamente ligado a la

televisión restringida, aunado a la posibilidad de elegir entre más canales, vivifica un gusto más selecto en programación, apreciar “su justo valor” son los beneficios simbólicos que se pueden esperar de esta inversión y claro una marcada línea entre televisión de paga y televisión abierta.

El autor de esta tesis, quiere enfatizar que es injusto que algunas instituciones consideren que consumir televisión de paga u otro medio como internet, sea una variable para situarlos en una clase media, de hecho hay que reconocer que la clase baja está en plena transición en dirección a la clase media, pero aún falta mucho y depende de un proceso, apenas se han apropiado de la tv de paga y a través de ésta; lo han convertido en algo exclusivo, y de acceso al progreso material y a una mayor participación simbólica en la carreta de la evolución.

•Acortadores de URL

Para que fueran más accesibles algunas notas a pie, se utilizaron acortadores para las direcciones electrónicas; sin embargo, en caso de que fallen, las direcciones completas son las siguientes:

<http://tinyurl.com/Tesistvdepaga1>

http://www.cft.gob.mx/wb/Cofetel_2008/Cofe_diagnosticos_e_indices_de_produccion_de_secto

<http://tinyurl.com/Tesistvdepaga2>

<http://www.cnnexpansion.com/negocios/2010/04/16/sky-competencia-vetv-mundial>

<http://tinyurl.com/Tesistvdepaga3>

<http://www.cnnexpansion.com/negocios/2010/04/16/sky-competencia-vetv-mundial>

<http://tinyurl.com/Tesistvdepaga4>

<http://www.cnnexpansion.com/negocios/2012/06/14/televisaiusacell-a-cambio-de-3-cadena>

<http://tinyurl.com/Tesistvdepaga5>

http://www.mediatelecom.com.mx/index.php?option=com_content&view=article&id=16141:television-variedad-a-pesar-de-consorcios-y-autoridades-&catid=80:inteligencia-media-telecom&Itemid=9

•Bibliografía

- Agustín, José. (2005), *La Tumba*, Booket, México.
- Adorno, Theodor. (1967), “*La industria cultural*”, publicado en Morin, Edgar y Theodor Adorno, *La industria cultural*, Galerna, Buenos Aires.
- Alfonzo Jiménez, Armando (Coord.) (2002), *Responsabilidad Social, autorregulación y Legislación en Radio y Televisión*, Universidad Autónoma de México, México.
- Azuela, Mariano. (1997), *Nueva Burguesía*, Fondo de Cultura Económica, México.
- Barbero, J.M. (1987), *De los Medios a las Mediaciones Comunicación, Cultura y Hegemonía*, G.G, México.
- Barbero, J.M. et al. (1999), *Cultura y globalización*. Universidad Nacional de Colombia, Colombia.
- Bauman, Zygmunt. (1998), *Trabajo Consumismo y Nuevos Pobres*, Gedisa, Barcelona.
- Bourdieu, Pierre. (1997), *Razones prácticas Sobre la teoría de la acción*, Anagrama, Barcelona.
- Bourdieu, Pierre. (1996), *Sobre la televisión*, Anagrama, México.
- Bourdieu, Pierre. (1990), *Sociología y cultura*, Ed. Grijalbo/CONACULTA. México.
- Bourdieu, Pierre. (1991), *La distinción Criterios y bases sociales del gusto*, Taurus, España.
- Bourdieu, Pierre. (2000), *Poder, derecho y clases sociales*, DESCLEE DE BROUWER, Bilbao.
- Bourdieu y Jean- Claude Passeron. (1981), *La reproducción*, Laila, Barcelona.
- Careaga, Gabriel. (2006), *Biografía de un joven de clase media*. Cal y Arena, México.
- Careaga, Gabriel. (1988), *Mitos y fantasías de la clase media en México*. Cal y Arena, México.
- Careaga, Gabriel. (1985), *La ciudad enmascarada*, Plaza y Janes, México.
- Castells Oliván, Manuel. (2009), *Comunicación y Poder*. Alianza Editorial, Madrid.
- De Sola Pool, Ithiel. (1993), *Tecnología sin fronteras*. FCE, México.
- Escalante Gonzalbo, P, et. (2008), *Al. Nueva Historia mínima de México*. El Colegio de México, México.

- García Canclini, N. y E. Piedras. (2006), *Las industrias Culturales y el desarrollo en México*, Siglo XXI, México.
- García Canclini, Néstor. (1995), *Consumidores y Ciudadanos: Conflictos multiculturales de la globalización*, Grijalbo, México.
- García Canclini, Néstor. (1999), *La globalización imaginada*, Paidós, Barcelona.
- García Canclini, Néstor. (Coord.) (1993), *El Consumo Cultural en México*, CONACULTA, México.
- García Canclini, Néstor. (2004), *Diferentes, Desiguales y Desconectados*, Gedisa, Barcelona.
- García Canclini, Néstor. (1997), *Imaginario Urbanos*, Eudeba SEM, Buenos Aires.
- García Canclini, Néstor, y Patricia Safa. (1989), “*Políticas Culturales y Sociedad Civil en México*”, en *Hacia un nuevo orden estatal en América latina, innovación cultural y actores socio-culturales*, CLACSO, Buenos Aires.
- Cordera Rolando y Carlos Tello. (Coord.) (1984), *La desigualdad en México*, Ed Siglo XXI, México.
- Geertz Clifford. (2003), *La interpretación de las Culturas*, Gedisa, Barcelona.
- Giddens Anthony. (1999), *Estratificación y estructura de clase*, Alianza Editorial, Madrid.
- Giménez Montiel, Gilberto. (2000), “*Identidades en Globalización*”, en *Espiral. Estudios Sobre Estado y Sociedad, Vol. VII, Universidad De Guadalajara*, Septiembre-Diciembre de 2000, Guadalajara México.
- Giménez Montiel, Gilberto. (2005), *Teoría y Análisis de la Cultura, Volumen I*, CONACULTA, México.
- Giménez Montiel, Gilberto. (2005), *Teoría y Análisis de la Cultura, Volumen II*, CONACULTA, México.
- Giménez Montiel, Gilberto. (1999), *Territorio, Cultura e Identidades: La región socio-cultural en estudios sobre las culturas contemporáneas, Época II, Vol. V, Núm. 9, Universidad De Colima*, Colima México.
- Giménez Montiel, Gilberto. (2007), *Estudios sobre la cultura y las identidades sociales*, CONACULTA-ITESO, México.

- Harrington, Michael. (1965), *Cultura de la pobreza en los Estados Unidos*, Fondo de Cultura Económica, México.
- Iturriaga, José I. (1994), *La estructura Social y Cultural de México*, Fondo de Cultura Económica, México.
- Jara Elías, Rubén. (2007), *¿Cómo la ves?: La televisión mexicana y su público*, IBOPE AGB, México.
- Lewis, Oscar. (2010), *Antropología de la pobreza cinco familias*, Fondo de Cultura Económica, México.
- Loaeza, Soledad. (1996), “La sociedad mexicana en el siglo XX” en Blanco, J. *México a fines de siglo*, Fondo de Cultura Económica, México.
- Mc Luhan, Marshall y B.R. Powers. (1989), *La Aldea Global Transformaciones en la vida y en los medios de comunicación mundiales en el siglo XXI*, Gedisa, Barcelona
- Mejía Barquera, Fernando. (1993), *Televisión por cable: una visión global*, Intermedios, México.
- Monsiváis, Carlos. (2008), *Pedro Infante: Las Leyes del querer*, Ed Aguilar, México.
- Morley, David. (1996), *Televisión audiencias y estudios culturales*, Amorrortu, Buenos Aires.
- Orozco Gómez, Guillermo. (2006), “La telenovela en México: ¿de una expresión cultural a un simple producto para la mercadotecnia?”, en *Comunicación y Sociedad*. Número 6, julio-diciembre, México.
- Orozco Gómez, Guillermo. (Coord.) (1994), *Televidencia Perspectivas para el análisis de los procesos de recepción televisiva*, en *cuadernos de Comunicación y Prácticas Sociales 6*, Universidad Iberoamericana, México.
- Ortega, Patricia. (2006), *La otra televisión. Porque no tenemos televisión pública*, editorial E, México.
- Othón de Mendizábal, M. et al. (1984), *Las clases sociales en México. México, Nuestro tiempo*, S. A, México.
- Ortiz Uribe, Frida Gisela y María del Pilar García. (2008), *Metodología de la investigación el proceso y sus técnicas*, Limusa, México.

- Portillo, M y G, Rovira. (Comp.) (2005), *Comunicación Política, Antología*. Universidad Autónoma de la Ciudad de México, México.
- Portillo, Maricela y Marta Rizo. (2005) *para la elaboración de una tesis, Colección Cuadernos de Comunicación y Cultura Número 1*, UACM, México.
- Ramos, Samuel. (1957), *El perfil del hombre y la cultura en México*, Austral, México.
- Rincón, Omar Gerardo. (Comp.) (2001), *Televisión pública del consumidor al ciudadano*, CAB, Colombia.
- Sánchez de Armas (Coord.) (1998), *Apuntes para una historia de la televisión mexicana México*, Revista Mexicana de Comunicación /Espacio98, México.
- Silva, Armando. (2006) *Imaginario Urbanos*, Arango editores, Colombia.
- Sunkel, Guillermo. (Coord.) (2006), *El Consumo Cultural en América latina*, Convenio Andrés Bello, Colombia.
- Solís, Beatríz. (Coord.) (2005), *Retos y Perspectivas de la comunicación en el marco de la Reforma del Estado*, Fundación Konrad Adenauer, México.
- Thompson, John. (1998), *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*, Ed. Paidós, España.
- Trejo Delarbre, Raúl. (1996), *La nueva alfombra mágica: Usos y mitos de Internet, la red de redes*, Ed Diana, México.
- Trejo Delarbre, Raúl. (1991), *Ver pero también leer*, ed. Gernika S.A, México.
- Trejo Delarbre, Raúl. (1992) *La sociedad Ausente*, ed. Cal y Arena., México.
- Trejo Delarbre, Raúl. (Coord) (1989) *Televisa el quinto poder*, Claves latinoamericanas, México.

Páginas de internet consultadas

- <http://www.aecid.es/>
- <http://www.atei.es/>
- <http://www.amedi.org.mx/>
- <http://www.amicmexico.org/>
- <http://www.cnnexpansion.com/>
- <http://www.canal22.org.mx/>
- <http://www.canaldelcongreso.gob.mx/>
- <http://www.cofetel.gob.mx/>
- <http://www.coneicc.org.mx/>
- <http://www.consumidores.org.mx>
- <http://www.diputados.gob.mx/>
- <http://www.etcetera.com.mx/>
- <http://www.foromexicanodelacultura.org/>
- <http://www.jornada.unam.mx/>
- <http://www.ibope.com.mx/>
- <http://www.mexicanadecomunicacion.com.mx/>
- <http://nestorgarciacanclini.net/>
- <http://nuevastecnologiasamic.blogspot.com/>
- <http://www.nombrefalso.com.ar/index.php>
- <http://www.observatorioequidadmedios.org/>
- <http://www.oncetv.ipn.mx/>
- <http://www.pcta.com/>
- <http://radiomexicana.blogspot.com/>
- <http://www.razonypalabra.org.mx/>
- <http://www.revistazocalo.com.mx/>
- <http://www.saladeprensa.org/>

Revistas

- Revista Mexicana de Sociología
- Revista Mexicana de Comunicación
- Revista Andamios
- Revista Espiral

Periódicos

- El Universal
- Reforma
- La Jornada
- Milenio
- Excélsior
- La Razón
- El Financiero
- La Crónica de Hoy

Anexo entrevistas:

Nombre: Pedro Antonio Sánchez

Nivel escolar: Ingeniería

Ocupación: Ingeniero

Entrevistador: ¿Cuenta con televisión de paga en su hogar?

PA: Sí

E: ¿Cuál es el servicio de cable con el que cuenta y por qué lo eligió?

PA: Cablevisión porque es el más económico.

E: ¿Recuerda desde cuándo usa este servicio?

PA: Hace dos años

E: ¿Influyó su familia en la decisión de contratar cable?

PA: No

E: ¿Quién es la persona dentro del seno familiar que utiliza más este servicio?

PA: Yo **E:** ¿En promedio cuántas horas ve televisión? **PA:** Mmm Tres horas. Cuatro horas **E:** ¿por la mañana? **PA:** No todo el día.

E: ¿A veces se reúne en familia para ver algún programa?

PA: No

E: ¿Platica con sus vecinos o con la familia acerca de los contenidos de la televisión?

PA: No, tampoco

E: ¿Usted ve televisión abierta también?

PA: Sí también **E:** ¿Cuántas horas dedica a la tv abierta y de paga?

PA: Podría ser cincuenta y cincuenta.

E: ¿El contenido de los programas transmitidos por tv de paga es mejor o peor que el de tv abierta?

PA: Mmm... Mejor **E:** ¿Por qué? **PA:** Porque hay canales culturales, de los que faltan **E:** ¿Podría mencionar algunos? **PA:** Este mencionar, hay History, National Geographic este, entre otros.

E: ¿Cree que estos programas le ayudan (conocimiento)?

PA: Sí

E: ¿Se ha logrado identificar con algún personaje o programa?

PA: No

E: ¿Cuáles son los principales programas que ve en tv de paga?

PA: Culturales ¿Series, Películas? A veces, en ocasiones.

E: ¿Ha logrado explorar su guía completa de cablevisión?

PA: No **E:** ¿Se ha enfocado en algún canal? **PA:** No

E: ¿Cree que cualquier persona puede acceder a este servicio?

PA: Cualquiera puede acceder a este servicio **E:** ¿Por qué? **PA:** Ehh hay paquetes dependiendo de sus necesidades o de lo que quieran ver **E:** ¿Se ajustan al consumidor? **PA:** Exacto.

E: ¿Si su estado financiero se lo permitiera, adquiriría un paquete más costoso?

PA: No **E:** ¿Por qué? **PA:** Porque me es innecesario, son cosas que no, no me llaman la atención

E: ¿En contraste si tuviera que cancelar su servicio de tv de paga, les afectaría de algún modo?

PA: No **E:** ¿Regresarían a la tv tradicional? **PA:** Sí exacto.

E: ¿Cuentas con algún otro medio de comunicación?

PA: Ah sí claro, teléfono en Internet **E:** ¿Con la misma compañía? **PA:** Son de diferentes parte de Telmex, parte de cable Internet Cable y teléfono tengo.

E: ¿Cuál es su punto de vista, de que existan sólo dos televisoras en México?

PA: Pues mal **E:** ¿Por qué? **PA:** Porque cierran la información y nada más ellos manejan... son los monopolios, y no hay una apertura más de la información, de la comunicación **E:** ¿Si usted quisiera informarse, dónde lo haría en tv de paga u otro? **PA:** En internet.

E: ¿Esto contribuye a que las personas busquen mejores alternativas?

PA: Sí.

E: ¿Ha comparado precios con otra compañía?

PA: Sí, exactos **E:** ¿Tiene pensado cambiar en algún momento?

PA: No

E: ¿Considera importante que los canales abiertos, también estén en su sistema de cable? Sí ¿Por qué? Porque es difícil bueno acceder a los canales abiertos y hay varias cosas que sí a la vez son buenas, son repetidas de lo que son en televisión de paga.

E: ¿Cuántos años de su vida ha visto la televisión abierta?

PA: 30 años **E:** ¿Considera que es difícil dejar de observar televisión? **PA:** No

E: ¿De su época a la actualidad han cambiado los contenidos?

PA: Sí mucho **E:** ¿Qué es mejor la tv de antes o la de ahora? **PA:** Bueno en lo que son calidad pues sí ha mejorado mucho, en lo que son los contenidos vienen siendo lo mismo.

Nombre: Lucia Bustamante

Nivel escolar: Prepa trunca

Ocupación: Ama de casa

Entrevistador: ¿Cuenta usted con televisión de paga en su hogar?

LB: Nada más el Dish

E: ¿Por qué lo eligió?

LB: Porque teníamos otro pero era muy caro **E:** ¿Cuál tenían? **LB:** Cablevisión

E: ¿Desde cuándo está con Dish?

LB: A penas tienen un mes.

E: ¿Influyó su familia en la toma de decisión para cambiar de compañía?

LB: Sí por la misma razón de que ya no lo podíamos pagar tanto **E:** ¿cuánto pagaban con cablevisión? **LB:** Pues con el teléfono, la renta eran más de mil pesos, ochocientos por eso ya no **E:** ¿y cuánto paga con Dish? **LB:** Ciento cuarenta y nueve.

E: ¿Quién es la persona dentro de la familia que más utiliza este servicio?

LB: Pues nosotros, porque ahorita como estamos aquí.

E: ¿En promedio cuántas horas ve la televisión?

LB: Como unas cinco horas **E:** ¿entre televisión abierta y de paga?

LB: No entre las dos **E:** ¿Alternas ambas? **LB:** Sí.

E: ¿Platica con sus vecinos o con su familia acerca de los contenidos de la televisión de paga? **LB:** Pues no

E: ¿Qué piensa de los contenidos de los programas transmitidos en televisión de paga, es mejor o peor? **LB:** Mejor, hay yo pienso que hay más variedad **E:** ¿En qué sentido? **LB:** Hay más series, más películas, y por ejemplo a nosotros no nos gustan las telenovelas de la tv abierta, por eso la preferimos (tv de paga).

E: ¿Se ha logrado identificar con algún personaje o programa?

LB: No le digo que apenas sí con este tenemos poco, y la verdad no, a veces están los niños viendo programas de niños y yo haciendo otra cosa **E:** ¿Utiliza la televisión para entretener a los niños? **LB:** Sí **E:** ¿Los niños ven mucha televisión? **LB:** A veces sí, a veces les ponemos películas que les gustan a ellos.

E: ¿Cree usted que en la actualidad cualquiera puede acceder a este servicio?

LB: Yo creo que cualquiera, porque hay servicios económicos.

E: ¿Si su estado financiero se lo permitiera adquiriría un paquete más costoso?

LB: No me ofrecieron uno después de que tomamos éste, pero no la verdad no, ponemos películas que tenemos o compramos y ya, o sea que no es necesario pagar tanto.

E: ¿En contraste si tuviera que cancelar su servicio de tv de paga, se conformaría con ver televisión abierta?

LB: Pues sí si no pudiera ya pagar un servicio de estos, pues sí me conformaría con esos **E:** ¿vería canales como el once y el veintidós? **LB:** El once es el que vemos mucho, el cuarenta tiene programas, series muy buenos, o sea si no lo pudiera pagar o el día que ya lo cancele seguimos con la televisión abierta.

E: ¿Cuenta con algún otro servicio como Internet?

LB: No tenemos Internet, sólo teléfono **E:** ¿Pagan en el mismo recibo, los dos (teléfono, Tv de paga)? **LB:** Sí, apenas va a llegar eh, nos llegó el del teléfono.

E: ¿Cuál es su punto de vista, de que existan sólo dos televisoras con gran participación?

LB: Pues le digo que nosotros eh, por ejemplo Televisa casi no lo vemos, vemos el trece el once **E:** ¿qué piensa de sus contenidos? **LB:** De telenovelas no nos gusta ninguno, como casi no los vemos no nos interesa.

E: ¿Su sistema de cable no trae los canales abiertos?

LB: No **E:** ¿Le afecta de algún modo? **LB:** Pues no porque los puede uno seguir viendo.

E: ¿Ha comparado precios y paquetes con otras compañías?

LB: No

E: ¿Cuánto tiempo ven televisión los niños?

LB: Los niños en las mañanas le ponemos la televisión para que se entretengan, y en la tarde pues ya se duermen y ya no ven la televisión.

E: ¿Además de televisión escucha radio y lee la prensa?

LB: Sí más bien el radio el periódico no, en la mañanas mientras está la tele apagada prendo el radio.

E: ¿Cómo se lleva con sus vecinos?

LB: Bien, no tenemos problemas con nadie.

E: ¿Platican de la programación de la tv de paga con sus vecinos?

LB: No porque por lo general cada quien está en su casa, y no, tenemos muy poca oportunidad de platicar.

E: ¿Considera que ha cambiado su forma de vida con la televisión de paga?

LB: No eso no, es nada más como entretenimiento

E: ¿Cuánto lleva viviendo en este lugar?

LB: Más de veinte años.

Nombre: Alicia Ramírez

Nivel de estudios: Técnica

Ocupación: Ama de casa

Entrevistador: ¿Cuál es el servicio de cable con el que cuenta, y porque lo eligió motivos?

AR: Cablevisión

E: ¿Recuerda desde cuándo usa el servicio de televisión de paga?

AR: Tiene apenas, tiene dos años.

E: ¿Influyó su familia en la decisión de contratar cable?

AR: Sí **E:** ¿Por qué? **AR:** porque o sea, este aquí vivo yo con mis papas entonces el...bueno con mi mamá y mi papá, entonces ora sí que nos vamos a mitades de gastos y por eso fue que nos consultamos si queríamos el servicio.

E: ¿Quién es la persona dentro de su familia que más utiliza este servicio?

AR: Pues en sí se ven igual, es parejo casi casi, en todo el día no estamos, y luego ya por decir en la noche que se llega, pues en la tarde cuando se ve la tele, excepto por decir los niños que llegan a ver canales de caricaturas, son los niños **E:** ¿Qué día ven más la televisión? **AR:** los domingos que es cuando llegamos a estar todos. A partir de las tres en adelante sí ya está toda la tarde prendida.

E: ¿A veces se reúnen en el seno familiar para ver algún programa?

AR: Sí, cuando están buenas las películas, sí, **E:** ¿Hay discusiones sobre lo que deben ver? Pues ya vemos la guía (programación) y sobre la guía hay nos basamos, este ¡ah esa película! está bonita está buena y ya le ponemos.

E: ¿Platica con sus vecinos o con su familia acerca de los contenidos de la televisión de paga?

AR: Pues a veces no siempre, pero cuando me llegan a preguntar hay tienen, pues sí ya viste está película equis, pero casi no llega a ser muy, muy esporádico. **E:** ¿Contratan algún servicio extra, ejemplo pago por evento? **AR:** No

E: ¿Cuál es el promedio de horas que usted dedica a observar los programas de cable? **AR:** Mmm...En la noche por lo regular es en la noche que llegan a ser unas tres horas **E:** ¿Alterna con la televisión abierta? **AR:** Sí, por decir como a eso de las que te gusta la siete, ah bueno, por decir es como luego llegamos a ver televisión abierta y ya después este de cable en la noche.

E: ¿Qué programas de televisión ven?

AR: Primero las comedias, y luego ya en las noche pues ya por decir Telehit que le gustan a mi hijo, por decir que los programas que pasan en Telehit.

E: ¿El contenido de los programas transmitidos por tv de paga es mejor que el de televisión abierta?

AR: Sí, porque pues hay cosas, vienen cosas tanto para uno como para los niños, el Discovery Channel que por decir a mi niño el más chico le gustan ese tipo de cosas, de los animales que luego se pone a ver con mi papá, este y le ha servido mucho para la escuela, ahora que vieron los animales pues ya supo que comen los animales, en dónde viven, todo eso **E:** ¿Le está ayudando a adquirir conocimiento? **AR:** Sí para mi hijo que va ahorita en primero sí, de primaria sí le ha servido **E:** ¿Ha explorado su guía de programas? **AR:** No, no toda la verdad sí no, no toda, pero sí uno que otro sí.

E: ¿Se ha logrado identificar con algún programa?

AR: No

E: ¿Cree usted que cualquiera puede acceder a este servicio?

AR: Pues yo creo que cualquiera no, mientras pueda sustentar el ora sí que el pago cualquiera, si lo hay por qué no, sí no pues bueno ni modo.

E: ¿Si su estado financiero se lo permitiera, adquiriría un paquete más costoso?

AR: Pues si se pudiera sí **E:** ¿Por qué? **AR:** Pues quizás para ver un poco más de cosas no **E:** ¿por ejemplo? **AR:** Ajá este chocan luego los comerciales.

E: ¿Ahora bien si en la televisión de paga y en la abierta transmiten una película al mismo tiempo en dónde la vería? **AR:** Pues en el de paga porque ahí no pasan comerciales y las pasan completas, en los canales de abierta, por los comerciales luego le cortan a las películas.

E: ¿En contraste si tuviera que cancelar su servicio de tv de paga, les afectaría de algún modo y regresarían a la tv tradicional? **AR:** Pues a mis hijos, a mis hijos, a lo mejor a mí no porque pues veo comedias y tengo en que entretenerme no, pero a mis hijos sí, son los que llegan a ver por decir, tengo dos niños; uno de seis y uno de un año entonces ahí sí como que, a mi niño de un año pues le han servido los canales de caricaturas porque le han enseñado: Discovery Kids, el CBeebies y todo eso le ha ayudado mucho, a lo mejor y para mí no sería mucho, pero para mis hijos sí les caería de peso.

E: ¿Cuenta con otros servicios además de la televisión de paga?

AR: No

E: ¿Cuál es su punto de vista, de que existan sólo dos televisoras?

AR: Pues ora sí que no, no me da lo mismo **E:** ¿Esto contribuye a que las personas busquen mejores alternativas? **AR:** Pues sí porque ora sí que los gustos no, se van por el Sky el cable, y ya dependiendo el gusto de cada gente.

E: ¿Ha comparado los precios y servicios con otras compañías? **AR:** No **E:** ¿Entonces no tiene pensado cambiar? **AR:** No por el momento no.

E: ¿Considera importante que los canales abiertos, también estén en su sistema de cable? **AR:** No pues antes no había y era lo mismo no, se acostumbra uno a todo.

E: ¿Cómo se lleva con sus vecinos?

AR: Bien, ni me meto con ellos, ni se meten conmigo, nadie se mete con nadie.

Nombre: Claudia Angélica Cruz Hernández

Nivel de estudios: Tercer semestre de pedagogía.

Ocupación: Estudiante

Entrevistador: ¿Cuál es el servicio de cable con el que cuenta, y porque lo eligió motivos?

CA: Sí, Dish, lo eligieron porque pagan el Internet y el cable, son los tres **E:** ¿es decir los tres los pagan en el mismo recibo telefónico? **CA:** Ajá los tres.

E: ¿Recuerda desde cuándo usa el servicio de televisión de paga?

CA: Desde el año pasado **E:** ¿Un año entonces? **CA:** Un año ajá apenas se va cumplir en mayo.

E: ¿Influyó su familia en la decisión de contratar cable?

CA: Sí, porque este, porque le convenía ora sí que al que paga, él paga las tres cosas en un mismo recibo, **E:** ¿Tenías otro sistema antes de Dish? **CA:** Mmm sí era Sky **E:** ¿Por qué te cambiaste? **CA:** Porque como no tenía para pagar el teléfono y los tres, estaba más barato la verdad (se refiere a que Sky no tiene los tres servicios, y Dish es más económico).

E: ¿Quién es la persona dentro de su familia que más utiliza este servicio?

CA: Del cable, o sea de ver la tele, la niña. **E:** ¿Le pones puros programas infantiles? **CA:** Ajá infantiles.

E: ¿A veces se reúnen en el seno familiar para ver algún programa?

CA: Sí **E:** ¿Hay discusiones sobre lo que quiere ver cada uno? **CA:** Ah sí, hacemos quién la mayoría, y el que elija pues ya, o séase por votos

E: ¿Platica con los vecinos o la familia acerca de los contenidos de la televisión de paga?

CA: Con los vecinos no, porque casi no, no estamos.

E: ¿Cuál es el promedio de horas que usted dedica a observar los programas de cable?

CA: Pues casi ya es en la noche, ya que estamos, ya todos a partir de las siete, ocho

E: ¿Cuál dirías que es tu promedio de horas de ver televisión de paga?

CA: Entre siete, ocho **E:** ¿horas? **CA:** No o sea, entre el horario de las siete de la noche a las ocho. **E:** ¿Una hora diaria? **CA:** Si más o menos una hora **E:** ¿y los fines de semana se eleva? **CA:** Casi los fines... no, es casi siempre ehh, porque casi no estamos.

E: ¿Usted alterna la televisión abierta y la de paga?

CA: Mmm pues sería media hora y media hora.

E: ¿Te has logrado identificar con algún programa?

CA: No, hasta ahorita no.

E: ¿Cuáles son los programas de televisión de paga que más te gustan?

CA: Buenos hasta ahorita son los de que entretienen a la niña, los que, Plaza Sésamo, todos esos que le enseñan cosas.

E: ¿Has tenido la oportunidad de navegar por la guía de tu cable?

CA: No, la verdad no.

E: ¿Crees que en la actualidad cualquiera puede acceder con este servicio?

CA: Cualquiera puede acceder, hay porque hay diversos paquetes, hay paquetes que van dependiendo del (dinero).

E: ¿Si tu estado financiero te lo permitiera adquirirías un paquete más costoso?

CA: No, porque con ése está bien, o sea que trae todo dentro del paquete.

E: ¿En contraste si tuviera que cancelar su servicio de tv de paga, les afectaría de algún modo regresar a la tv tradicional?

CA: Mmm...No porque también hay caricaturas en tele abierta.

E: ¿Si tuvieras un programa en televisión abierta y simultáneamente en tv de paga en cuál la verías?

CA: En la abierta, porque es que en Dish tienes que ten...apagar el cable para poder ver tele abierta, o sea en Dish tienes que, si quieres ver los canales abiertos tienes que apagar el Dish.

E: ¿Cuál es su punto de vista, de que existan sólo dos televisoras?

CA: Que debe de haber más, más canales así como ése que sea la abierta **E:** ¿Por qué? **CA:** Es que siempre hay rivalidad entre dos ¿no? hay y casi tienen lo mismo, son lo mismo.

E: ¿Esto contribuye a que las personas busquen mejores alternativas?

CA: Sí.

E: ¿Ha comparado los precios y servicios con otras compañías?

CA: Sí **E:** ¿Tiene pensado cambiar? **CA:** Este no porque la verdad es más económico, así el paquete que tenemos nosotros.

E: ¿Considera importante que los canales abiertos, también estén en su sistema de cable? **CA:** Sí porque eso de estar prendiendo y apagando, pues no.

E: ¿Te ha cambiado un poco la televisión?

CA: No, porque casi no soy de estar en la tele y que digas ¡ay esto me está cambiando!

E: ¿Utilizas algún otro medio?

CA: Sí la radio casi todo el día haciendo el quehacer o la tarea, ahí sí el radio es más, la prensa cuando tengo que hacer trabajos tengo que buscar.

E: ¿Cuánto tiempo llevas viviendo?

CA: Mmm cuatro años.

Nombre: Rebeca Campos

Nivel de estudios: Preparatoria (trunca)

Ocupación: Hogar

Entrevistador: ¿Cuenta con televisión de paga en su hogar?

RC: Sí.

E: ¿Cuál es el servicio de cable con el que cuenta, y por qué motivos lo eligió?

RC: Dish **E:** ¿Por qué lo elegiste? **RC:** Pues no sé, lo eligió mi marido.

E: ¿Recuerda desde cuándo usa el servicio de televisión de paga?

RC: Como dos años.

E: ¿Quién es la persona dentro de su familia que más utiliza este servicio?

RC: Mis hijas **E:** ¿Cuánto tiempo lo utilizan? **RC:** Casi todo el día.

E: ¿Qué tipo de programas ven?

RC: Caricaturas y series de Discovery Kids, digo de... Animal Planet, este... historias del mundo, las caricaturas **E:** ¿Crees que de algún modo le ayudan a tus hijos este tipo de programación? **RC:** Sí

E: ¿A veces se reúnen en el seno familiar para ver algún programa?

RC: Sí, **E:** ¿Hay discusiones sobre lo que quiere ver cada uno? **RC:** Sí se les da preferencia a las niñas.

E: ¿Cuál es el promedio de horas que usted dedica a observar los programas de cable?

RC: Yo creo como unas diez horas, entre diez y doce **E:** ¿Diez horas diarias? **RC:** Sí

E: ¿Y alternas televisión abierta?

RC: Sí **E:** ¿Cuántas de estas diez que ves? **RC:** Mmm como tres horas.

E: ¿Me podrías mencionar algunos de los contenidos que más les gustan de la televisión de paga? **RC:** Híjole pues es que la mayoría son de caricaturas **E:** ¿Les das preferencia a tus hijas? **RC:** Sí **E:** ¿Cuándo ellas están dormidas qué ven? **RC:** Pues vemos Friends, o este Historias del mundo, o Animal Planet de los monos.

E: ¿Se ha logrado identificar con algún personaje o programa?

RC: No

E: ¿Cree usted que o cualquiera puede acceder con este servicio?

RC: Mmm no, no lo creo o sea es un gusto para uno.

E: ¿Si su estado financiero se lo permitiera, adquiriría un paquete más costoso?

RC: Sí **E:** ¿Por qué? **RC:** porque nos gusta porque hay más variedad, habría más variedad.

E: ¿En contraste si tuviera que cancelar su servicio de tv de paga, les afectaría de algún modo?

RC: Sí, porque se entretienen mis hijas y en ese rato yo puedo hacer mis cosas y mis labores **E:** ¿Crees que con la televisión abierta no sería lo mismo? **RC:** No, porque lo hemos comprobado, ya están acostumbradas **E:** ¿A ver la tv de paga? **RC:** porque no es lo mismo que les cambiemos de canal a caricaturas diferentes, a que les pongamos las películas que siempre ven **E:** ¿No te auxilias de otros recursos (DVD)? **RC:** Sí por eso lo hacemos ellas ahorita tienen una película adentro y yo estoy viendo acá afuera otra cosa y míralas dónde están.

E: ¿Cuál es su punto de vista, de que existan sólo dos televisoras?

RC: Cómo ¿Televisa y Tv azteca? Pues es que qué opino, no podría opinar mucho tiempo viví con ellos sí entretiene, pero casi, casi todo es similar, las novelas sí casi todo es similar **E:** ¿Entonces encuentras en la televisión de paga programas específicos? **RC:** Sí.

E: ¿Tú crees que esto contribuye a que las personas busquen mejores alternativas?

RC: Sí

E: ¿Consideras importante que los canales abiertos estén en tu televisión de paga?

RC: Estaría muy bien, en el mío no lo tengo esas alternativas.

E: ¿Cuántos años has estado ligada a la televisión abierta?

RC: Uuy, desde que nací.

E: ¿Has comparado precios con otras compañías?

RC: Sí, pues son elevadas de precios, porque pues sí la situación en la que estamos sí se nos complicaría pagar algo.

E: ¿Utilizas otro medio como la radio?

RC: No. **E:** ¿Sólo la televisión? **RC:** Sí.

E: ¿Platicas con tus amigos de los contenidos?

RC: No.

E: ¿Consideras que te ha cambiado la vida la tv de paga?

RC: Sí demasiado **E:** ¿En qué aspecto? **RC:** Lo que te digo que me, las niñas se entretienen un poco, nos aburrirnos menos **E:** ¿Tú crees que los programas de conocimiento que ven en algún futuro les ayudará? **RC:** Yo digo que sí, yo digo que sí.

Nombre: Oscar Eduardo

Nivel de estudios: Bachillerato

Ocupación: No hay

Entrevistador: ¿Cuentas con televisión de paga en tu hogar?

OE: Sí.

E: ¿Cuál es el servicio de cable con el que cuenta?

OE: Cablevisión **E:** ¿Por qué lo elegiste? **OE:** porque tienen buena señal, buena recepción y rápido además **E:** ¿Utilizas internet y telefonía? **OE:** No las tres Internet y telefonía **E:** ¿Los tres los pagas en el mismo recibo? **OE:** Sí.

E: ¿Recuerda desde cuándo usa el servicio de televisión de paga?

OE: Hace dos años, más o menos **E:** ¿Es tu primera vez con televisión de paga? **OE:** Ya antes, ya hace como unos seis años tenía cable, lo quité y después lo volví a poner.

E: ¿Influyó su familia en la decisión de contratar cable?

OE: Mmm sí **E:** ¿Quién lo paga? **OE:** Mi mamá.

E: ¿Quién es la persona dentro de su familia que más utiliza este servicio?

OE: Yo **E:** ¿Cuántas horas? **OE:** No al Internet si son como unas cuatro horas diarias **E:** ¿Y a la televisión? **OE:** Pura televisión más o menos una hora dos horas casi no veo mucho.

E: ¿A veces se reúnen en el seno familiar para ver algún programa?

OE: Si vemos películas **E:** ¿Hay discusiones sobre lo que quiere ver cada uno? **OE:** Pues no es que como la mayoría, a veces es raro que no sentemos en familia como casi no estamos juntos sería nada más los domingos y no, no nos ponemos en desacuerdo del programa.

E: ¿Platicas con sus vecinos o con su familia acerca de los contenidos de la televisión?

OE: No.

E: ¿Ves también televisión abierta?

OE: No, no me gusta, es puro chisme

E: ¿Si hubiera un programa que te guste simultáneamente en televisión abierta y de paga por cuál lo verías?

OE: Por el que sea, no, si es un programa que me guste, pues ya, no le doy importancia.

E: ¿Algún contenido de la tv de paga que te guste?

OE: Películas más que nada **E:** ¿Deportes? **OE:** No no, música nada más.

E: ¿Te has identificado con algún programa o canal?

OE: No.

E: ¿Cualquiera puede acceder a este servicio?

OE: No pues yo digo que cualquiera puede acceder a éste siempre y cuando no tenga ningún problema económico y no pueda.

E: ¿En contraste si tuviera que cancelar su servicio de tv de paga, les afectaría de algún modo?

OE: Sí **E:** ¿No tienes ningún problema? **OE:** No, no tengo ningún problema

E: ¿Te gustaría adquirir un televisor que se sincronizara con Internet?

OE: Sí no tengo el que tengo ahorita sí contrataría otro para tener Internet **E:** ¿Por qué? **OE:** Porque el Internet es básico ya hoy en día, ya no, ya casi no se utiliza como, como un... como para que te eleve de economía, no sé, se utiliza ya más para, pues lo utiliza más para tareas, todo ése tipo de cosas, chatear pero más que nada.

E: ¿Cuál es su punto de vista, de que existan sólo dos televisoras (Tv Azteca, Televisa)?

OE: Pues más que nada la competencia está, está fuerte entre las dos.

E: ¿Tú creciste viendo televisión abierta?

OE: No, crecí viendo a chabelo (risas)

E: ¿Considera importante que los canales abiertos, también estén en su sistema de cable?

OE: Pues si debe ser fundamental porque si estás pagando por algo que son, bueno, estás pagando por televisión abierta y cómo no vas a pa...y cómo esos canales, bueno ese tipo de empresas no tienen los canales que no son de tv paga obviamente sí los deben de tener.

E: ¿Escuchas otro medio como radio?

OE: Sí.

E: ¿Ves programas de televisión por Internet?

OE: No, nunca.

Nombre: Mónica Tazoya Guerrero

Nivel de estudios: Secundaria

Ocupación: Hogar

Entrevistador: ¿Cuentas con televisión de paga en tu hogar?

MT: Sí.

E: ¿Cuál es el servicio de cable con el que cuenta?

E: Cablevisión **E:** ¿Por qué lo elegiste? **MT:** Porquee salió la oferta, me salió este fácil la adquisición del servicio.

E: ¿Recuerda desde cuándo usa el servicio de televisión de paga?

MT: Un año **E:** ¿Anteriormente contaba con algún otros servicio? Sí.

E: ¿Influyó su familia en la decisión de contratar cable?

MT: Sí, porque mis hijos me pedían que les contratara el Internet, mi marido quería la señal y pues el servicio de telefonía **E:** ¿Esto quiere decir que pagas los tres en un mismo servicio? **MT:** Sí **E:** ¿Cuánto paga? **MT:** setecientos cincuenta.

E: ¿Quién es la persona dentro de su familia que más utiliza este servicio?

MT: La televisión, yo **E:** ¿Cuál es tu promedio de horas al día? **MT:** Unas tres **E:** ¿Y de televisión abierta? **MT:** Mmm como media hora **E:** ¿Alternas ambas? **MT:** Mmmju sí.

E: ¿A veces se reúnen en el seno familiar para ver algún programa?

MT: Sí **E:** ¿Hay discusiones sobre lo que quiere ver cada uno? **MT:** Mmm sí **E:** ¿Qué pasa? **MT:** A pues mi marido quiere ver fútbol y nosotros este... noticias o documentales **E:** ¿Lo someten a votación? **MT:** Pues sí lo corremos a la otra tele (Risas) **E:** ¿Quiere decir que tienes? **MT:** En dos televisiones **E:** ¿Eso facilita que cada uno vea lo que quiere? **MT:** Sí.

E: ¿El contenido de los programas transmitidos por tv de paga es mejor o peor que el de la tv abierta? **MT:** Igual **E:** ¿Qué tipo de programas te gustan de la televisión de paga? **MT:** Este programas policíacos, las noticias **E:** ¿Y éstos no los encuentras en la televisión abierta? **MT:** Pues es raro sí, es raro.

E: ¿Se ha logrado identificar con algún personaje o programa?

MT: No

E: ¿Considera usted que contar con un sistema de cable le proporciona un status mayor dentro de la sociedad, en contraste con las personas que no poseen este servicio?

MT: No pues porque ya ahorita ya es indispensable, como sea teléfono la a veces la señal porque hay lugares donde no recibes nada de señal de la televisión abierta.

E: ¿Crees que cualquiera puede acceder con este servicio?

MT: Cualquiera

E: ¿Si su estado financiero se lo permitiera, adquiriría un paquete más costoso?

MT: No

E: ¿En contraste si tuviera que cancelar su servicio de tv de paga, regresarías a la tv tradicional?

MT: Pues de ser necesario sí.

E: ¿Cuál es su punto de vista, de que existan sólo dos televisoras?

MT: Hay pues no se...pues para ellos está bien porque pues no tienen más competencia, para uno pues es lo mismo pasan lo mismo.

E: ¿Ha comparado los precios y servicios con otras compañías?

MT: Sí **E:** ¿Te cambiarías? Pues ahorita no, siento que sale lo mismo.

E: ¿Usted cree que esto contribuye a que las personas busquen mejores alternativas?

MT: Sí.

E: ¿Considera importante que los canales abiertos, también estén en su sistema de cable? Mmmju sí-

MT: Sí

E: ¿Alternas otros medios de comunicación (radio, prensa)?

MT: Sí **E:** ¿Cuántas horas le dedicas? **MT:** Al radio como cuatro horas **E:** ¿Y prensa escrita? **MT:** media hora.

E: ¿Comenta algunos programas con amigos y familiares?

MT: Sí **E:** ¿Qué tipo de programas? **MT:** Documentales.

E: ¿Consideras que de algún modo la televisión te ha cambiado?

MT: Pues cambiado no, pero más que nada uno se está más informado de los que está pasando, en muchas cosas sí por ejemplo los documentales si te enseñan muchísimo **E:** ¿La tv de paga con sus contenidos (conocimiento) puede ayudarle a tu familia? **MT:** Sí.

Nombre: Ana Belén

Nivel escolar: Preparatoria

Ocupación: Estudia y trabaja

Nombre del servicio: Dish

Entrevistador: ¿Cuáles fueron las razones que lo motivaron a adquirir tv de paga?

AB: Ehh trae más canales, más entretenimiento, y el precio.

E: ¿Desde cuándo cuentan con el servicio?

AB: Como dos años **E:** ¿Es su primer sistema de cable? **AB:** No **E:** ¿Anteriormente ya tenían otro? **AB:** Mmju **E:** ¿Con cuál contaban? **AB:** Sky **E:** ¿Por qué se cambiaron? **AB:** El precio **E:** ¿Cuántos años duraron con Sky? **AB:** Como unnnnnos uno.

E: ¿Qué más influyó?

AB: Pues que te lo ofrecie, o sea llamaron a ofrecerlo sí.

E: ¿Quién es la persona dentro de la familia que más utiliza este servicio?

AB: Yo **E:** ¿Cuántas horas le dedicas? **AB:** Como cuatro seis **E:** ¿Horas diarias? Sí ¿Qué tipo de programas ves? **AB:** MTV, Fox, eh Disney, y de películas TNT. **E:** ¿Algún otro canal que te guste de Dish? **AB:** Este deportes **E:** ¿Te gustan los canales de deportes? **AB:** Sí.

E: ¿Se reúnen en familia para ver algún programa de televisión?

AB: Emm Jersey Shore (MTV) (Risitas), uno que se llama La Sopa (E!)

AB: ¿Sigues viendo televisión abierta?

AB: Ehh no **E:** ¿Por qué? **AB:** Porque emm no viene incluido en el de Dish, bueno en el que tenemos no viene incluido y ya (risas) **E:** ¿De algún modo te afecta no tenerlos (en el sistema)? **AB:** Este sí, porque vienen bueno ahí vienen, te informas más sobre noticias sobre lo que pasa en el día **E:** ¿Esto no lo encuentras en tu sistema de cable? **AB:** Este por lo general no porque viene más sobre Estados Unidos de otros países.

E: ¿Qué piensas de los contenidos de televisión que se tramiten por tv de paga?

AB: Este cómo por ejemplo (No sé canales como Discovery, Animal Planet, National Geographic, History) Ahhh que tienen este son muy informativos más para bueno es para general cultura como cultura general **E:** ¿Crees que eso no lo encuentran en la tv abierta? **AB:** Muy poco nada más en Canal Once y el Veintidós **E:** ¿Y si te gusta ver ese tipo de programación? **AB:** Sí muy rara la vez **E:** ¿Pero si los vez? **AB:** Sí

E: ¿Desde tu perspectiva, quién transmite mejores contenidos televisión abierta o de paga?

AB: De paga **E:** ¿Con quién platicas acerca de los contenidos de la televisión de paga? **AB:** Con mi familia.

E: ¿Cree usted que hay diferencias entre las familias que ven Tv abierta y de paga?

AB: Este sí la información, este bueno en los de paga te vienen más información, este más cultura, más de todo un poco. En la tele abierta pues te viene más noticias y novelas **E:** ¿Crees que es más limitada? **AB:** Sí

E: ¿En tu experiencia que contribuye a que las personas busquen alternativas a la televisión abierta?

AB: Pues que en la te, o sea en la tele abierta estás obligado a ver lo que ellos quieren que veas, y en la de paga no o sea tú ves lo que tú quieres, o sea tienen más a elegir no.

E: ¿Les ha traído algún beneficio la tv de paga?

AB: Sí **E:** ¿Cómo qué? **AB:** Eh te informas más sobre otros, otros países, eh tienes más este más conocimiento de cultura y la sociedad.

E: ¿Cuántos televisores en su hogar cuentan con Dish?

AB: Dos.

E: ¿Tú crees que la Tv de paga como medio de comunicación se vuelve importante en el entorno familiar y social?

AB: Pues no no se vuelve tan importante, porque también lo puedes este, puedes solamente platicar o sacar de otra información de otro tipo de electrónica.

E: ¿Ha notado si en su comunidad ha cambiado el escenario urbano con las diferentes antenas de televisión de paga?

AB: Ohh sí, sí bastante ya hay más, más antenas sobre las casas eh pues sí ¿Anteriormente? No había tanta... tanta propaganda tanto este tele de paga

E: ¿Antes de tener tv de paga utilizabas DVD? **AB:** Sí **E:** ¿Lo sigues utilizando en la actualidad? **AB:** Sí **E:** ¿Con mayor o con menor? **AB:** Con menor frecuencia.

E: ¿Escuchas radio?

AB: No

E: ¿Lees prensa?

AB: No

E: ¿Libros?

AB: Eh si **E:** ¿Cuántos libro lees al mes? **AB:** Eh al mes no mejor al año (risas) **E:** ¿Cuántos al año? **AB:** Pues uno.

E: ¿Museos, teatros?

AB: Sí este por lo general cada cada mes **E:** ¿En familia o sola? **AB:** este sola, bueno acompañada con otras personas.

Nombre: Brenda Reséndiz

Nivel escolar: Prepa

Ocupación: Trabaja

Entrevistador: ¿Cuenta con televisión de paga en su hogar?

BR: Sí

E: ¿Cuál es el servicio de cable con el que cuenta, y porque lo eligió motivos?

BR: Con Dish porque es el más barato.

E: ¿Recuerda desde cuándo usa el servicio de televisión de paga?

BR: Desde hace dos años

E: ¿Influyó su familia en la decisión de contratar cable?

BR: Sí **E:** ¿Cuáles fueron los motivos? **BR:** Porque era el más barato.

E: ¿Quién es la persona dentro de su familia que más utiliza este servicio?

BR: Mi papá **E:** ¿Él también paga el servicio? **BR:** Sí

E: ¿Con qué paquete cuentan? **BR:** El de Internet y cable **E:** ¿En tu recibo pagas los tres servicios? **BR:** Sí teléfono, Internet y cable.

E: ¿A veces se reúnen en el seno familiar para ver algún programa?

BR: Mmm sí **E:** ¿Hay discusiones sobre lo que quiere ver cada uno? **BR:** No

E: ¿Platica con sus vecinos o con su familia acerca de los contenidos de la televisión?

BR: No

E: ¿Cuál es el promedio de horas que usted dedica a observar los programas de cable?

BR: Como unas tres horas diarias **E:** ¿Por qué? **BR:** Porque es a la hora que podemos ver más o menos porque todos trabajamos. **E:** ¿Y televisión abierta? **BR:** No, no **E:** ¿Ya no ven? **BR:** no tiene no se puede ver la televisión abierta si está el Dish, entonces no, creo que nada más el once **E:** ¿entonces o ven televisión abierta o ven Dish, y por pagar por un servicio prefieren? **BR:** Ver televisión de paga.

E: ¿El contenido de los programas transmitidos por tv de paga es mejor o peor que el de la tv abierta? **BR:** Es mejor **E:** ¿Podría mencionar algunos? **BR:** Los de National Geographic, Discovery, History Channel ¿De conocimiento, cultura, información? Ajá sí.

E: ¿Se ha logrado identificar con algún personaje o programa?

BR: No

E: ¿Considera usted que contar con un sistema de cable le proporciona un status mayor dentro de la sociedad, en contraste con las personas que no poseen este servicio?

BR: Sí **E:** ¿Por qué? **BR:** Igual porque son contenidos culturales y la televisión abierta no los da, y yo digo que las personas que no estudian pues como que no les interesa mucho esto.

E: ¿Crees que cualquiera puede acceder con este servicio?

BR: No pues cualquiera puede acceder porque ya no es muy caro.

E: ¿Si su estado financiero se lo permitiera, adquiriría un paquete más costoso?

BR: No son muchos canales no tiene caso, sería pagar de más por un servicio que no voy a utilizar

E: ¿En contraste si tuviera que cancelar su servicio de tv de paga, les afectaría de algún modo?

BR: Sí porque no, ya no vemos la televisión abierta **E:** ¿Cambiate tu forma de ver televisión, y no podrías regresar de golpe a la tv tradicional? **BR:** Ajá exacto **BR:** ¿Ha cambiado tu manera de ver la televisión? **BR:** Sí

E: ¿Le gustaría adquirir un televisor que se sincronizara con Internet?

BR: Sí **E:** ¿Te gustan las redes sociales o por qué sería? **BR:** Pues por eso también, porque, para poder ver no sé videos o cosas así en la televisión en vez de la computadora.

E: ¿Cuál es su punto de vista, de que existan sólo dos televisoras?

BR: Pues es malo porque no hay diversidad, no hay de dónde escoger, o sea nada más o Televisa o Tv Azteca, no hay más televisoras que ofrezcan otras cosas **E:** ¿Qué piensas de sus contenidos? **BR:** Malos, pésimos diría yo.

E: ¿Ha comparado los precios y servicios con otras compañías?

BR: Sí antes teníamos Cablevisión pero es más caro Cablevisión. **E:** ¿Te cambiaste a Dish por el precio? **BR:** Ajá **E:** ¿Cuánto duraste con Cablevisión? **BR:** Como cuatro años **E:** ¿Cuántos años de tu vida llevas con cable? **BR:** Como unos ocho años **E:** ¿Por eso sería difícil el cambio a televisión abierta? **BR:** Sí.

E: ¿Considera importante que los canales abiertos, también estén en su sistema de cable? No ¿Por lo que me has explicado? **BR:** Sí.

E: ¿Te formaste con la televisión abierta en algún momento?

BR: Sí cuándo éramos... no más o menos, es que también cuándo éramos niños teníamos Mastv y todas esas porque antes existían televisión de paga.

E: ¿Cuánto tiempo llevas viviendo aquí?

BR: Mmm veintidós años

E: ¿No sabes cuánto tiene esta Unidad Habitacional?

BR: Como veinticuatro, veintitrés años.

Nombre: Carlos Romero

Nivel de estudios: Prepa

Ocupación: Empleado

Entrevistador: ¿Cuenta con televisión de paga en su hogar?

CR: Sí

E: ¿Cuál es el servicio de cable con el que cuenta, y porque lo eligió motivos?

CR: Cablevisión, Cablevisión por, por este por los servicios que da o sea completas que es: teléfono, Internet y programación de paga **E:** ¿tienes los tres servicios (Triple Play)? **CR:** Sí **E:** ¿Qué tal te resulta el servicio? **CR:** Muy bueno.

E: ¿Recuerda desde cuándo usa el servicio de televisión de paga?

CR: Como hace dos años a ver pérame (pregunta el entrevistado a su esposa) ¿Cómo cuántos años tenemos con cable Fátima? Año y medio **E:** ¿Antes de éste tenías otro servicio? **CR:** Sí Sky **E:** ¿Y por qué lo cambiaste? Por mal servicio **E:** ¿Mal servicio? **CR:** Mmju sí no me gustó, o sea Sky la verdad no, o sea era mucho el costo muy poca la programación canales que, pues canales que ni observabas verdá, pues por eso más que nada.

E: ¿Influyó su familia en la decisión de contratar cable?

CR: Mmm pues no.

E: ¿Quién es la persona dentro de su familia que más utiliza este servicio?

CR: Pues ora sí que prácticamente todos verdá porque por ejemplo: los niños usan la computadora, el Internet y uno pues ve películas y eso **E:** ¿Los tres servicios los usan al mismo tiempo? **CR:** Sí.

E: ¿A veces se reúnen en el seno familiar para ver algún programa?

CR: Sí **E:** ¿Hay discusiones sobre lo que quiere ver cada uno? **CR:** A veces sí **E:** ¿Cómo lo deciden? **CR:** Pues, pues decidimos verdá, pero si quieren ver las niñas sus caricaturas, pues de repente se van a la otra televisión, no es cómo Sky que Sky o sea na más si pones un canal tienes tres televisiones ese mismo canal para las tres televisiones y ese es diferente **E:** ¿En cuántas televisiones tienes cablevisión? **CR:** Tres televisiones, o sea con diferente canal por ejemplo, en el cuarto puedo ver un tipo de programa y aquí (sala) puedo ver otro.

E: ¿Platica con sus vecinos o con su familia acerca de los contenidos de la televisión?

CR: Sí **CR:** ¿Cómo qué? **CR:** Pues como por ejemplo el, pues si lo de las diferencias de canales verdad, o sea pasan buenos programas, documentales y eso, o sea canales que por ejemplo otros amigos tienen otro tipo de televisión de paga y pues no es lo mismo, eso no, no tiene ¿cómo se puede decir? O sea son los canales verdá de la programación

E: ¿Cuál es el promedio de horas que usted dedica a observar los programas de cable? **CR:** Bueno pues en mis tiempos libres nada más O sea unas dos tres horas **E:** ¿Y tu familia? **CR:** Como unas cinco horas.

E: ¿Usted alterna la televisión abierta y la de paga?

CR: Mmm pues sí un poco, si un poco.

E: ¿Qué programas de televisión abierta ves?

Pues yo la verdad sinceramente no, pero ellas que ven sus programas que es de Televisa, o Tv azteca **E:** ¿Novelas? **CR:** Sí **E:** ¿Y tú fútbol o deportes? **CR:** Sí o sea deportes y documentales todo eso. **E:** ¿En cuál ves más tiempo? **CR:** No es menos tiempo en la abierta **E:** ¿Por qué? **CR:** Por la programación ¿no?

E: ¿El contenido de los programas transmitidos por tv de paga es mejor o peor que el de la tv abierta? Tú ya me habías dicho que sí ¿Mencionar algunos? **CR:** Por ejemplo los canales de fútbol; o sea ESPN, Speed, carreras de motociclismo, o sea deportes **E:** ¿Fútbol europeo? **CR:** Fútbol europeo, o séase autos, motos, básicamente o sea que en programación de paga encuentras todo lo que quieres ver. **E:** ¿Si tienes un partido ejemplo Querétaro vs Tecos y tienes algún partido de la liga europea en vivo cuál ves? **CR:** Barcelona con Barcelona, Real Madrid, pues sí **E:** ¿Y si es el del Zaragoza contra el Málaga cuál prefieres ver? **CR:** El de Chivas no (risas).

E: ¿Te gustan los contenidos? **CR:** Sí **E:** ¿Crees que a tu familia le va a beneficiar esos contenidos de conocimiento y cultura general? **CR:** De aprendizaje, sí claro que sí.

E: ¿Se ha logrado identificar con algún personaje o programa?

CR: No, no el motociclismo le digo que pues me gustan las motos.

E: ¿Considera usted que contar con un sistema de cable le proporciona un status mayor dentro de la sociedad, en contraste con las personas que no poseen este servicio?

CR: No, porque básicamente pues ya es normal esto, o sea más bien no lo he pensado así eh, o tal vez verdá, no la verdá no nunca lo he... **E:** ¿Platica con amigos de fútbol extranjero que no cuenten con un servicio?

CR: A veces, pues sí luego sí suele pasar así.

E: ¿Si su estado financiero se lo permitiera adquiriría un paquete más costoso?

CR: Tal vez sí **E:** ¿Por qué? **CR:** Pues más ora sí que un paquete más completo podrías ver lo que quisieras tal vez seas por eso.

E: ¿Cuál es su punto de vista, de que existan sólo dos televisoras?

CR: Pues ehh, es que está canijo no **E:** ¿Por qué? **CR:** Es que simplemente o seas te envuelven en lo que ellos quieren dar a conocer o quieren o sea que uno, no no no es que nada como que te encierran en un propio círculo no un círculo de ellos nada más, o sea como que nos algo así como algo más cultural o algo así más o menos **E:** ¿Entiendo que no te gustan sus contenidos? **CR:** No la verdad no, pues es que eso de las comedias y todos esos, son nada más es perder el tiempo no traumarte no, no sé la verdad nunca me ha agradado eso **E:** ¿Has visto programas como Se vale, Hoy? **CR:** No no me gustan.

E: ¿Esto contribuye a que las personas busquen mejores alternativas?

CR: Sí más que nada ése es el círculo no, o sea el beneficio de las compañías no, que a cierto límite de programación pus buscas otra alternativa para, directamente pues ganan.

E: ¿Ha comparado los precios y servicios con otras compañías?

CR: Sí **E:** ¿Tiene pensado cambiar? **CR:** No no no tuve Dish, tuve Sky, tuve este Directv, la verdad Cablevisión estamos mejor **E:** ¿En promedio cuántos años llevas con televisión de paga? **CR:** Híjole como unos diez años. **E:** ¿Entonces si en algún momento tuvieras que cancelar tu servicio, sería difícil que regresaras a la televisión abierta? **CR:** Pues yo creo que sí, yo creo que sí, porque te acostumbras más que nada, por ejemplo sí ¿no? O sea es lo que la programación más que nada llegas y quieres disfrutar, en la televisión abierta llegas puras comedias, o sea nada que ver en la televisión, hay veces que prefiero apagarla y leer o simplemente buscar un canal cultural o algo verdá, de aprendizaje más que nada.

E: ¿Considera importante que los canales abiertos, también estén en su sistema de cable?

CR: No la verdad es que no deberían estar en cable (Risas)

E: ¿Utilizas la televisión para entretener a tus hijos?

CR: Para que aprendan no también.

E: ¿Cuánto tiempo llevas viviendo en esta unidad habitacional?

CR: Mmmm Dieciocho años ¿estás desde que se fundó esta unidad? Pues es casi casi.

Nombre: Juan Carlos

Nivel de estudios: Prepa

Ocupación: Estudiante

Entrevistador: ¿Cuentas con televisión de paga en tu hogar?

JC: Sí

E: ¿Cuál es el servicio de cable con el que cuenta, y porque lo eligió motivos?

JC: Este Dish por su precio

E: ¿Recuerda desde cuándo usa el servicio de televisión de paga?

JC: Mmm hace como dos años

E: ¿Influyó su familia en la decisión de contratar cable?

JC: Sí **E:** ¿Por qué motivos? Por el precio y por, por los canales que tenía.

E: ¿Quién es la persona dentro de su familia que más utiliza este servicio?

JC: Mmm todos yo creo

E: ¿A veces se reúnen en el seno familiar para ver algún programa?

JC: Mmm mmju **E:** ¿Hay discusiones sobre lo que quiere ver cada uno? **JC:** Ehhh pues a veces, pero normalmente vemos lo mismo, siempre este decidimos algo juntos.

E: ¿Platica con sus vecinos o con su familia acerca de los contenidos de la televisión?

JC: No, na más con mi familia sí **E:** ¿Qué tipo de pláticas son? **JC:** Este qué tal estuvo el programa la película, y nada más.

E: ¿Cuál es el promedio de horas que usted dedica a observar los programas de cable? **JC:** Pues como dos horas nada más **E:** ¿Estudias? **JC:** Sí **E:** ¿Si estudias en la tarde en la mañana lo ocupas para ver televisión? **JC:** Ajá en las noches normalmente es cuando veo una película o lo que haya **E:** ¿Y televisión abierta, cuántas horas ves? **JC:** No veo televisión abierta **E:** ¿Alternas la televisión abierta y la de paga? **JC:** Sí es de paga y tengo la de abierta pero casi no, no veo la abierta **E:** ¿Por qué? **JC:** Porque cuando llego yo quiero ver una

película o algo y ya a esas horas en televisión abierta pues ya no hay, ya hay series o noticieros, entonces mejor veo la televisión de paga.

E: ¿El contenido de los programas transmitidos por tv de paga es mejor o peor que el de la tv abierta?

JC: Ehh pues es que como que es mejor **E:** ¿Por qué? **JC:** Porque este hay más variedad este más series más cosas que te gustan, y aparte hay canales específicos para algo, por ejemplo un canal específico para deportes, siempre hay deportes, hay partidos de fútbol, películas **E:** ¿Si tuvieras una película en el mismo horario en televisión abierta y de paga cuál verías? **JC:** En la de paga **E:** ¿Por qué? **JC:** Hay menos comerciales.

E: ¿Se ha logrado identificar con algún personaje o programa?

JC: No tampoco

E: ¿Considera usted que contar con un sistema de cable le proporciona un status mayor dentro de la sociedad, en contraste con las personas que no poseen este servicio?

JC: No, porque el servicio no es muy caro y no este pues cualquiera que pueda ahorrarse no sé veinte pesos cada semana puede pagar.

E: ¿Crees que cualquiera puede acceder con este servicio?

JC: Cualquiera puede acceder al servicio **E:** ¿Por qué? **JC:** No es muy costoso **E:** ¿Qué paquetes tienes? **JC:** Básico

E: ¿Si su estado financiero se lo permitiera, adquiriría un paquete más costoso?

JC: Yo creo que no depende **E:** ¿Si tuvieras el poder para pagar otros cien pesos? **JC:** Pues no por porque no le dedico así mucho tiempo a ver, o sea na más te digo dos horas en las noches y eso a veces **E:** ¿Si tuvieras tiempo? **JC:** Ajá si me da tiempo, si tuviera.

E: ¿En contraste si tuviera que cancelar su servicio de tv de paga, les afectaría de algún modo regresarían a la tv tradicional?

JC: Mmju sí ya no tendría de otra **E:** ¿Qué programas de televisión abierta ves? **JC:** Ahorita ya no la verdad no sé, pues na más hay uno que sale los domingos que dice Extranormal ése sí me gusta verlo **E:** ¿Desde que tienes televisión de paga ha disminuido tu tiempo de tv abierta? **JC:** Sí **E:** ¿Un porcentaje? **JC:** Pues casi completa ya na más cuando salen partidos o algo así, partidos de las que televisan esos canales de televisión abierta a la mejor sí.

E: ¿Consideras importante que los canales abiertos estén en tu sistema de paga?

JC: No realmente no es importante, o sea para que quieres televisión abierta si vas a tener lo mismo, no tiene caso, no le veo.

E: ¿Tienes otros servicios? **JC:** Internet de Telmex, pero no de la compañía de cable no de Dish no **E:** ¿Los tres servicios los pagas en un mismo recibo? **JC:** Teléfono, Internet y televisión de cable.

E: ¿Le gustaría adquirir un televisor que se sincronizara con Internet?

JC: Mmm no le veo mucho el caso pero podría ser, pues sí.

E: ¿Cuál es su punto de vista, de que existan sólo dos televisoras?

JC: No pues debería de haber más, porque es a veces aburre tanto lo mismo necesitas otras este nuevas ideas no necesitas diferentes cosas **E:** ¿Qué opinas de los programas de Televisa y Tv Azteca? **JC:** No son muy, muy tontos muy como que no, a mí se me hace como no manches programas así neófitos, que no alimentan nada que no dejan nada.

E: ¿Esto contribuye a que las personas busquen mejores alternativas?

JC: Mmju sí **E:** ¿Si no tuvieras Tv de paga te auxiliarías de otros productos DVD?

JC: Ajá yo creo que sí

E: ¿Qué canales de televisión de paga te gustan?

JC: El este TNT las películas, el cómo se llama el FOX creo, también salen algunas películas algunas series y el Warner Channel, el Discovery, y el National Geographic, el Animal Planet y cuál otro que se me va Space, **E:** ¿Te gustan los contenidos que hay en los canales culturales de Dish? **JC:** Ehh sí porque bueno los pocos programas que puedo ver pues si me gustan A prueba de todo ese que siempre se anda aventurando, los de Animal Planet al Extremo **E:** ¿Has tenido la oportunidad de explorar tu guía? **JC:** No creo que hay unos que sí de plano veo que son se tratan de como para señoras domésticas y sí los evito no me detengo a mirarlos.

E: ¿Ha comparado los precios y servicios con otras compañías?

JC: Mmm pues sí por lo menos con Cablevisión, porque ya otro si de plano no se ve **E:** ¿Tiene pensado cambiar? **JC:** De plano no, como no se le dedica mucho pues no es necesario **E:** ¿Los deportes los platican con tus amigos? **JC:** Sí **E:** ¿Has notado diferencias entre quienes han visto algún partido y quienes no en tv de paga? **JC:** Mmju **E:** ¿Cuál es la diferencia? **JC:** Que no saben, no te saben dicen no no lo vi, pues que chido te dan el avión. Porque no lo vieron **E:** ¿Pero no sabes si cuentan con tv de paga? **JC:** Ajá no, unos no tienen el servicio porque te lo dicen y otros pues no le dedican tiempo.

E: ¿Cuánto tiempo llevas viviendo aquí?

JC: Cómo más de veinte años.

Nombre: Lidia Leiva Vela

Nivel escolar: Primaria

Ocupación: Ama de casa

Nombre del servicio: Cablevisión

Entrevistador: ¿Cuáles fueron las razones que lo motivaron a adquirir tv de paga?

LL: Ehh por el paquete de la computadora **E:** ¿Cómo? **LL:** Es el teléfono, computadora (Internet) y cable, televisión **E:** ¿Pero, podríamos decir que alguien ocupa el cable otro el Internet sus nietos por ejemplo? **LL:** Mmju **E:** ¿Recuerda desde cuándo tiene este servicio? **LL:** Uy, pues tengo tres años creo, si porque siempre el cable lo he tenido desde hace como diez años **E:** ¿El cable lo ha tenido hace diez años? **LL:** Sí, sí me he peleado con ellos y luego ya porque luego la señal la quitan o se va por circunstancias que son ajenas a ellos, pero Cablevisión, pero es que ya la tele no se puede ver con antenas de los otros ya tienen que ser con antenas **E:** ¿Es muy difícil que la señal se vea con antena de aire, no hay calidad? **LL:** No tiene que ser a fuerzas con sistemas de esos de cable, ahí nos dieron en la torre porque no puedes estar, si tienes una antena de éstas (Aire) pues estas derecha, izquierda, norte sur y nada.

E: ¿Recuerda su primer día con el servicio, podría describirlo?

LL: Más o menos pues por la cosa de la computadora que yo no la uso eh, para mí no se me hace gracioso estar embobado horas y horas ahí, perdiendo parte del calor humano con la computadora **E:** ¿Y con la televisión cómo ha sido? **LL:** Bueno me gustan las series, hay día, tampoco veo televisión por horas, veo determinadas series nada más casi en las noches, los demás sí mis hijos, bueno uno de mis hijos el canal de los deportes, él ve mucho el fútbol americano.

E: ¿Qué influyó en la decisión de contratar tv de paga?

LL: Pues eso el canal de los deportes **E:** ¿Alguien quería más contenidos? **LL:** Mmm sí, los canales éstos del Fox Sport ese que hay donde te pasan de todo, esa fue una de las causas por las que se adquirió el cable. Obviamente pues él lo paga pues él tiene ahí, y los demás pues por la computadora que están ahí pegados a estar en la computadora.

E: ¿Por qué decidió adquirir el servicio con esta compañía y no con otro?

Ehh pues la otra sería Telmex pero **E:** ¿No la convence? **LL:** Mmm no sí, pero lo que pasa es que luego este tuve un tiempo el teléfono separado, el teléfono de Telmex, pero los pagos también son muy disparados, salen muy caro el paquete de, de la computadora, entonces no se me hizo muy, este muy alto pues el pago y que éste (Cablevisión) también se brinca luego por la llamadas si hablas mucho a celular pues te cobran más, y que es lo más usual porque ahorita todo mundo este ocupa el celular, casi el teléfono de base no, pero pues ahí es donde se encajan, ahí te cobran más este...si ése es una de las de todos modos todo te cobran ya, es todo puro pagar y pagar.

E: ¿Quién es la persona dentro de su familia que más utiliza este servicio?

LL: Mijo el mayor **E:** ¿Cuántas horas le dedica? **LL:** Pues en las noches después de que llega de trabajar **E:** ¿En qué trabaja? **LL:** Él es este administrador de un Vips **E:** ¿Entonces el horario en el que ve más televisión

es en la noche? **LL:** Es en la tarde, ajá sí en la tarde-noche, sí porque depende, si como hoy es día que sale temprano ya en la tarde busca a ver que, qué programación hay **E:** ¿Normalmente cuando está en casa siempre busca algo en la televisión? **LL:** Sí, sí, sí ellos son muy, este ora sí que muy televisivos, él y el otro mi otro hijo les gusta mucho ver la televisión, casi nosotros de mujeres no, poco pues porque uno luego anda ocupado en la cocina y eso, yo casi en la tarde como ahorita que me tengo que ir a la escuela en un ratito, pues que me voy a sentar a ver televisión verdad, en la mañanas sí luego veo las noticias un ratito media hora, pongo a Loret de Mola y ya nada más los avances sí, pero como ahorita pasan lo mismo de las campañas ya me aburríeron, tons ya los mando a la fregada (Risas) sí **E:** ¿En cambio en la televisión de paga pocas veces se ven estos espots? **LL:** Sí también le echan, bueno ya más allá arriba no ésos no se ven, sí ya es opcional tú lo que quieras ver hay canales buenos que tienen buenas series, hay canales que tienen buenos programas, hay canales que los programas están muy chafas, y no, aunque sea de paga pero hay programas que no, digo pues es opcional no, y tú ves lo que mejor te parezca.

E: ¿Recuerda usted cuando no tenía televisión de paga hace algunos años, en donde predominaba la televisión abierta, qué tanto ha cambiado? **LL:** Pues mira todo evolucionó a raíz de que en la época de que no había sistema de cable, sí veías mejor no había tanto satélite, no te dañaba la señal, yo siempre he dicho que la modernidad nos atrasa, teníamos los canales este de televisión abierta, y se veían bien, incluso yo tenía esa tele de blanco y negro, pero ahora ahí por ejemplo los programas éstos del pagado cómo se dice, la televisión de paga, pues ahí también nos están fregando porque nos están cobrando los canales de libres, los que deberían... aparentemente creen que uno no se da cuenta, son como los partidos creen que uno es tarugo, pero no, puede ver el dos, o el cinco, el trece, el que cai... que todos son, pues sí pero te los están cobrando, te lo cobran y ahora que hay más opciones por ejemplo está; el veintidós, el veintiocho que también tiene buena programación todo eso te lo cobran, pero te digo la única ventaja es que este que tienen mejor la señal, eso es lo que ha hecho el cableado que es mejor la señal, mejor recepción de señal, es lo único

E: ¿Se reúnen en familia para ver algún programa de la tv de paga?

LL: Ajá los domingos **E:** ¿Qué programas? **LL:** Hay un programa bien baboso (Risas) Extranormal porque nos reímos, y ahora el domingo nos reunimos para ver el debate, ahí nos dimos una divertida, bueno mejor que cualquier programa de chistes **E:** ¿Es decir hubo comentarios? **LL:** Ajá sí lavándose uno y otro bueno todos son rateros, y este entons nos divertimos mucho con los políticos, a mí me gusta la política, no tanto porque me guste andar de argüendera sino porque me gusta estar al tanto, me dicen de algo y tengo he leído, he visto, este tengo idea de qué, creo a mi criterio bueno pues, digo éste es bueno, éste no, ninguno es bueno en realidad todos son rateros, pero sí te digo nos reunimos luego o para ver alguna, alguna serie o eso, que mi yerno le gusta ellos no tienen cable, entonces se bajan aquí **E:** ¿Dónde? **LL:** Sí viven acá arriba y se bajan con mis nietos y ya nos aventamos ahí programas de Discovery Channel, ahorita estoy viendo la de que Frozen Planet, está muy bueno **E:** ¿En qué canal? **LL:** En uno de Discovery, está narrado por Carlos Car... Carsol (Carsolio) ¡hay pero está espectacular el programa! **E:** ¿De qué trata el programa? **LL:** La vida en el Ártico ¡precioso! más que nada la realización así la ves como si la estuvieras ahí viviendo, son programas que valen la pena, porque fueron cuatro años de hacerla, y apenas los sacaron van están pasando primavera, verano, otoño e invierno **E:** ¿Es decir, son estrenos? **LL:** Sí, son los este los procesos que llevan el polo norte en su hábitat, entonces te digo todos ésos programas nos gustan, y hay otro que que vemos de la gente cuando... buenos hemos visto de las personas más grandes, las personas más chiquitas, la gente que está mutilada, la gente que no, todo ese tipo de programas, los que compran este los buscadores de tesoros, todo eso, hay muchos programas, los estos que manejan en carreteras bien peligrosas, en distintos eh en el H (History), en el Discovery, luego también en el Infinito, hay muchos mucha variación y no nada más nos enfocamos a ver

novelas y eso casi no **E:** ¿Usted no ve novelas? **LL:** Mmm no na más veo una novela que la tengo comprada, y la veo cuándo quiero **E:** ¿Cuál es? **LL:** Pero no es mexicana es Café con aroma de mujer, es la colombiana porque me gustan los actores y hemos seguido la trayectoria de esta chica Margarita Rosa de Francisco, una novela muy bien realizada, muy bien hecha sin tanta pintura ni cosas así como las de aquí, y la compré la novela y entons la veo cada que se me da la gana (Risitas) **E:** ¿La tiene en DVD? **LL:** Sí.

E: ¿Usted me habla de algunos programas de contenido científico, qué beneficios a obtenido de estos? **LL:** Bueno más que nada yo creo por conocer, veo conocimiento, pues sí y viajas, mentalmente viajas me gusta ver también los de la Ruta Maya, me encanta es algo que me atrae **E:** ¿En History? **LL:** Mmju ya ves que ora están de moda las profecías mayas, que verdad o mentira pero eran sabiondos esos canijos, que se fueron, no se murieron se fueron, entonces por eso me llama a la atención, digo es algo que nunca vas a descifrar, la vida de cristo que si el sudario, que si es de a deberás, que si está su cuerpo ahí, que si la tumba, si lo enterraron, que si resucitó, bueno pues por lo menos lo ves y te quedas con la parte de la mística no; será o no será, son cosas, qué más.

E: ¿Qué programas veía anteriormente en la tv abierta y cuáles sigue viendo ahora en la tv de paga?

LL: Mmm bueno en su época cuando eran buenos veía la Carabina de Ambrosio, me gustaba porque era un programa blanco, estaban de moda, Los Polivoces, **E:** ¿Actualmente se transmiten en televisión de paga? **LL:** Mmju no se trasmite pues sí ora sí de paga no el canal que lo repite, hay un canal que lo está repitiendo (Clásico TV) **E:** ¿Y le gusta verlo? **LL:** Pues a veces, a veces no ya no es como antes que vivías el momento. Me gusta ver los partidos este europeos como ahorita el del próximo 19 de mayo la final (Final de la UEFA Champions League entre el Bayern de Múnich y el Chelsea) no pues me gusta ver; Francia, Inglaterra, como Holanda me encanta ver a Holanda como juega, es aguerridos se dan, se golpean y no se abren, y los alemanes me gustan mucho su son unos animales este como juegan sin compasión, por eso me gusta **E:** ¿Ha notado alguna diferencia entre el fútbol mexicano y el europeo? **LL:** Claro el mexicano anota un gol y ya lo abandona, y ya ganamos y ya no le echa, y los éstos (europeos) no si les meten un gol ellos no se les ve la derrota les siguen dando ímpetu, no te vas a decir conozco algunos jugadores, y los he llegado a identificar, pero así así empapada pues no pero me gusta verlos jugar la forma que tienen, y los españoles juegan muy rápido rapidísimo (Conversación con su nieto).

E: ¿Ha cambiado su perspectiva de los programas y contenidos desde que tiene tv de paga?

LL: Pues te digo la televisión abierta tiene programas buenos, no los, los canales clásicos Televisa pues es pura novelas cursis, este puros programas bobos, que este que tratan de hacer embobar a la gente, pero por ejemplo Canal 22 tienen muy buenos programas, Canal Once, también a mí me gusta mucho la Cristina Pacheco, Aquí nos tocó vivir, Conversando con Cristina, había un programa que tenían de números también lo veía, pero te digo que cuando he tenido tiempo pues aprovecho el veintidós ahí ves buenas orquestas sinfónicas, buenos programas de danza todo eso, el veintiocho, también el treinta 134 el mexiquense, también tiene buenos programas ahí vas conociendo el Estado de México, porque pasan los poblados, claro yo conozco algunos porque siempre he andado de pata de perro, pero este tiene buenos programas también.

E: ¿Qué piensa de los contenidos que se transmiten por tv de paga, ya me habló un poco de los televisión abierta? **LL:** Mmju sí por ejemplo ése que estoy viendo ahorita ¡no está fabuloso!, pues te digo es que yo los veo con esa, me encanta ver el mar, ver todo lo que sacan de dentro de de...del mismo mar, los animales. Hay un señor también que he visto ese programa que anda buscando mounstros, que ha encontrado peces gigantes, que ha encontrado según que son mounstros **E:** ¿En qué canal? **LL:** También en uno de éstos, de

Discovery en el cable, sí no exactamente no me los grabo ehh porque ya mi cabeza luego divaga **E:** ¿A veces no tiene tiempo de recordarlos por las labores en la casa? **LL:** Ajá si pero te digo casi por lo regular en la tarde es cuando yo luego aprovecho a ver, en la tarde noche **E:** ¿Qué labores hacen en la mañana? **LL:** Ah pues la comida y tengo que hacer mi lavado como estoy solita con el niño, lo tengo que llevar a la escuela como va hasta acá arriba por Cuajimalpa pierdo mucho tiempo, como ahorita que tienen el festival nos tenemos que ir temprano, ya nada más dejo avanzado la comida y, bueno voy a hacer una ensalada y me van hacer la comida mi hijo **E:** ¿Y los fines de semana que tan cargada de está de trabajo? **LL:** Igual **E:** ¿No para? **LL:** No no, si paro a ratos porque ya no doy pero en la novecita te digo es bueno para en lo que me descanso pues ya veo, pero sí en los de paga pues hay bueno, en los Goldens hay puras películas, hay películas buenas también, hay películas que ya he visto pero me gustan verlas, más que nada por la realización que tienen, o sea por ejemplo una de las películas que me encanta ver el *La Caída del Halcón Negro* ¡ah muy buena película! Y verídico el hecho hay muchas de guerra no es el hecho de estar viendo cómo se mata la gente no, el contenido que tiene por ejemplo *La Reyna del Sur* la vi me gustó pero todo el mundo dice hay no es que es una ajá no y que dicen que es mucha violencia y que habla del narcotráfico, digo pues es que cada quien tiene distinta perspectiva de ver los programas, yo a mí me encantó la serie porque vi en ella a una mujer, a una mujer que supo salir a pesar de ser marcada, porque ella no era narcotraficante, a ella la mismas circunstancias la hicieron y cómo no se doblegó, y a mí así me gustan el tipo de mujeres que no se decaigan y que salgan adelante, mas yo no vi, estaba también muy bien realizada, como este como se va involucrando, pero ora sí que las circunstancias la la ponen ahí, pero no nada más hay porque el narcotráfico y qué, el narcotráfico es parte de la vida de cualquier persona, digo es como agarrar una escoba ahorita ese este, pero más bien yo la vi por eso por la actitud que tiene ella *La Reyna del Sur* como mujer, más no por el tanto por el narco.

E: ¿Me comentaba que utiliza DVD, es común comprarlos?

LL: No casi a mí no, mis hijas si compran, pero yo no, no nada más las series, ahorita quiero conseguir esa serie que hubo la de *24* que estuvo muy buena la de Kiefer (Sutherland) que ahorita estoy viendo esa serie la de *Touch* **E:** ¿Con él de protagonista? **LL:** Sí exacto **E:** ¿Le gustan sus papeles? **LL:** Sí me gusta, pero me gustaba más en *24* **E:** ¿Por qué fueron más temporadas? **LL:** Ajá porque era final misterioso por el tipo de trabajo que realizaba de investigación **E:** ¿Y en esta serie es padre soltero? **LL:** Pues aquí también investiga pero más complicado, más misterioso con los números, pero pues eso también existe no, lo de la numerología sí existe.

E: ¿Me podría dar un promedio de horas dedicadas a mirar programas de cable en un día normal?

LL: Mmm pues que te diré cuándo, el tiempo límite como dos horas cuando mucho y no seguidas ehh, depende como esté en la tarde, en las novecitas luego veo cuando puedo veo *CSI* este la de Horatio (Teniente Horatio Caine) creo que es *CSI: Miami* y luego a veces cuando puedo veo la *Ley y el Orden*, y ya luego, los lunes no me pierdo *Mentes Criminales* (*Criminal Minds*) **E:** ¿En el 7 o en el AXN? **LL:** No no no, en el Exa esa en el equis ene (AXN) **E:** ¿Es decir los estrenos? **LL:** Ándale y ahorita la que estoy viendo es este *La Firma* (*The Firm*), y estoy esperando la que estrenen la del río río es no, *The River*, esa, esa, así ese tipo de series **E:** ¿En televisión de paga encuentra más? **LL:** Ajá sí y este y te digo na más veo por ejemplo veo la serie de *CSI* y ya me bajo a ver si alguno llego ya les doy de de cenar o algo, y ya después a la diez veo, porque me paro muy temprano a las siete y media, entonces no tengo mucho de sentarme cuatro o cinco horas a ver televisión no **E:** ¿Tiene tiempo de leer algo? **LL:** Ah sí en las tardes **E:** ¿Qué lee? **LL:** Distintos libros sí **E:** ¿Qué libro está leyendo ahora? **LL:** Ahorita estoy leyendo un libro jalado de los pelos el que escribió *El Vendedor más* (*El Vendedor Más Grande del Mundo*) cómo va el libro que es *Og Mandino* operación cristo es la que estoy leyendo que esta media jalada te digo, y estoy leyendo tengo a medias México

Ante Dios (Francisco Martín Moreno) que también luego me aburre por el tipo de narrativa que tiene, pero está interesante sobre la historia, ya leí el Guerrero del Alba (La Novela Sobre Vicente Guerrero) he leído, leí la Auge y Caída De Los Templarios, he leído de esta chamaca cómo se llama te digo que mi mente divaga, ay cómo se llama muy famosa que es este argentina no Isabel Allende, también, de esta señora Laura Restrepo también, Las Mujeres de ojos grandes distinta lectura casi más de autores latinos de autores extranjeros, pues éste que estoy leyendo y uno que leí cómo se llama La máscara (Confesiones de una máscara) o algo así que también es de un autor japonés, es de un autor japonés, pero así te digo me enfoco más en los ratitos, porque luego tomo mi descanso como a las seis en lo que escucho a Pepe Cárdenas porque me gusta más en radio, **E:** ¿Le gusta mucho el radio? **LL:** Sí ahorita tengo el radio, estaba oyendo a Carmen Aristegui pero ya se acabó **E:** ¿El debate de Camín y Villamil? **LL:** Ajá pero fíjate que en cierta forma tiene razón este Héctor Aguilar Camín, en cierta forma verlo despacio, porque yo también yo digo bueno será muy jijo de toda su madre el este Azcárraga Jean, pero la empresa es del es como tú si vienes ahorita yo aquí vivo está es mi casa, cómo demonios vas a llegar y me dices, oiga quiero que me dé este sillón por mis calzones, cómo te los voy a dar si es mío, y así este viejo tarugo quiere que le den espacio y espacio para estar oyendo sus babosadas, pero yo no a mí no se me hace congruente eso **E:** ¿Mientras hace su labores se acompaña del radio? **LL:** Ajá sí **E:** ¿Qué tipo de emisoras, noticias ya me comentó? **LL:** Casi por lo regular siempre estoy en (Radio) Fórmula, o en la mañana oigo a (Carmen) Aristegui o luego oigo a, a Sergio Sarmiento y a Lupita Juárez en Radio Red, a veces le pongo un ratito al 'Castor' en Radio Mil, paqué no se peleen, el Castor me gusta porque viaja, anda en distintos lugares, luego a veces he agarrado al viejito ese Jacobo Zabludovsky, en fin así me la llevo, o sea que no soy fan, era fan número uno de López Dóriga, pero como ora ya se ha vuelto muy elitista pues como que ya ahorita lo descanso, a veces nada más para oírla, luego a veces me he aventado cuando tengo chance y no tengo tanto sueño veo Tercer Grado, sino lo veo temprano el jueves, pero ehh me encanta ver como se agarran también ahí, Carlos Marín y todos ellos que agarran ahí sus alegatos, pero te digo sí le cambio no estoy, no te voy a decir ay tengo que verlos todos los días o cada ocho días, porque si no me muero no, ahí me la llevo me voy rolando **E:** ¿Y programas musicales no le gustan, qué tipo? **LL:** Ahh románticas mi chavo, oigo este las viejitas, a mi edad el Fonógrafo o Radio felicidad **E:** ¿Ha cambiado el Fonógrafo no? **LL:** Si ya están más modernos, ya dejaron un poco los cuarenta, ya están más sesentones, tocaban mucho los tríos, aquéllos artistas que hoy no conocen nadie (te pido un favor apágale a mi verdura no, porque aquí el muchacho va a hacer que se me bata) y luego qué más.

E: ¿Por qué sigue mirando tv abierta si tiene la de paga?

LL: No casi no veo televisión abierta, poco, bueno porque tiene canales no los que todo mundo menciona, te digo yo, y casi yo de Televisa poco veo, poco lo que tiene Televisa ahorita bueno es foro cuatro (Foro Tv) que luego el mañanero también se avienta buenas puntadas, pero son así, y en la noches este Krauze, pero ese luego mi hijo llega lo ve, pero no los casi poco, más bien.

E: ¿Cree usted que hay diferencias entre las familias que ven Tv abierta y de paga?

LL: No creo eso, no tenía ese, es que necesitarías andar preguntando a ver quién tiene **E:** ¿Me ponía el ejemplo de sus nietos que no tienen televisión de paga y a veces vienen aquí? **LL:** Si bueno tienen tele ven tele de los canales de aquí, pero de paga no, no este no tienen el cable ahorita, por la cuestión de los deportes que luego vienen **E:** ¿Usted tiene televisión de paga, tiene un abanico más grande, y usted dice que la recepción es fea se limita un poco más? **LL:** Sí, si lo que pasa es que ellos tampoco no ven novelas y ese tipo de cosas, lo que ven más es el deporte el fútbol y o sea programas así específicos, no es que hay vamos a ver esa serie o vamos a ver ésta no, luego te digo que se bajan los fines de semana; sábado el domingo y ya ven los programas **E:** ¿Fines de semana están mucho tiempo? **LL:** Sí luego a veces hasta ven el programas, ese le gusta a mi

yerno Extranormal, nos damos una divertida te digo porque ya ahí apareció el fantasma pues yo no, los busco y lo busco y no lo veo, pero bueno te diviertes no, lo agarras para divertirte y te vas a lo práctico ¿cuántas preguntas nos faltan?

E: ¿Qué beneficios le ha traído esta inversión?

LL: Normal no, como yo lo siento como un gasto normal, como comprar este las tortillas del mes (Risas). Sí, digo como que te digo el beneficio que es que tienen mejor visión que lo ves más nítida la imagen, a estarle acomodando la antena.

E: ¿Qué cree usted que pasaría en su familia si (alguien) tuvieran que prescindir de la tv de paga?

LL: No pues es la única diversión que tienes la televisión, se te acabaría la diversión, si ya no puedes salir como antes, que antes podía uno salir al cine, después del cine te ibas a cenar, ahora ya no se puede porque no alcanza el maldito dinero, pues sí te afectaría porque es la diversión que tiene uno.

E: ¿Procura salir con su familia a museos o teatros?

LL: Sí cuando se puede **E:** ¿Cuántas veces al mes? **LL:** No pues no es tan seguido **E:** ¿Ya no es tan seguido?

LL: No o sea ajá, es que antes tenía transporte, y ahorita no tengo, este coche y es que yo estoy mal de mis piernas, por eso ya no aguanto a caminar, esa es la cuestión por eso ya sí, sí luego cuando hay exposiciones y eso me gusta ir **E:** ¿Qué tipo de exposiciones le gusta? **LL:** Pues mira me gustan mucho lo misterioso la que estuvo esta de Persia, todo eso, hubo otra de las cuevas estas que hay este por el norte o no sé cómo se llaman las de Naica creo, que están enterradas y apenas las descubrieron, y ya vinieron a estudiarlas, y las van estuvo aquí por el auditorio, hubo una exposición de fotos y te vendían el DVD, todo bien padre, todo eso me gusta ir a ver, pues, o exposiciones luego a veces cuando se ha podido de que pinturas de este Botero, hubo una en el Palacio de Bellas Artes de caras hace como dos años en troncos de un escultor nayarita, muy buenas sus caras en maderas bien impresionantes, te digo hasta sacamos fotos de ésas, sí todo ese tipo de cosas me gustan, así como me ves no me gusta andar de chimolera, me gusta ir a esas cosas, cuando se puede ir algún espectáculo de baile folklórico me gusta ir, pero ir a oír artistas que gritan no, que cantan a gritos eso no, no me llama la atención, pero ira ese tipo de cosas no si no voy porque ya no puedo caminar ya bien, eso es lo que me detiene, luego cuando viene la exposición del día de muertos, todo eso me ves ahí, me gusta disfrutar (conversación con su familiar)

E: ¿Cuántos televisores tiene en su hogar?

LL: Ahorita tengo tres **E:** ¿En los tres tiene cable? **LL:** Sí, te digo que agarré un paquete de pagar dos y por uno, ésa de abajo tiene menos canales, los de arriba tienen, por paquete te sale más económico bueno según, hacerte ilusiones **E:** ¿Cuánto está pagando por los tres servicios? **LL:** Seiscientos cincuenta, te digo que ya y si me quedo de llamadas a celular casi pago los ochocientos **E:** ¿Se eleva bastante? **LL:** O sea por eso le digo, yo casi no hablo por teléfono, no soy amante de andar, le hablo a mi familia que está en Veracruz, pero una vez al mes y eso, pero de estar pegada al maldito teléfono no.

E: ¿Me decía que la modernidad viene a darle en la torre, pero qué piensa que la Tv de paga se está volviendo importante en el entorno social?

LL: Bueno si lo ves con el objetivo de que vas a aprehender y las vas a utilizar, vas a agarrar ese conocimiento para desarrollarte personalmente (conversación con su nieto) y luego.

E: ¿Ha notado si en su comunidad ha cambiado el escenario urbano con las diferentes antenas de televisión de paga?

LL: Pues si se ven horribles allá arriba, cómo está eso se ve re feo **E:** ¿Los Colores? **LL:** Pues deja de los colores mira el enredadero, todo eso debería estar metido en el suelo, se ve feo, ya cambiándose de un aspecto de la fregada, en eso ha cambiado se ve muy mal.

E: Pues sería todo señora le agradezco su tiempo ¡Muchas! ¡Muchas gracias!, **LL:** Órale pues ojalá y encuentres este otra que te pueda atender (Risas).

Nombre: Gerardo Sánchez

Nivel escolar: Tercero de secundaria

Ocupación: Estudiante

Nombre del servicio: Cablevisión

Entrevistador: ¿Cuáles fueron las razones que lo motivaron a adquirir tv de paga?

GS: Pues porque en la televisión abierta no hay muchas cosas que, bueno muchas cosas que puedas ver, o sea bueno más que nada hay novelas casi siempre como que no **E:** ¿a ti no te gustan las novelas? (Asienta con la cabeza para decir no).

E: ¿Recuerda desde cuándo tienes el servicio?

GS: Pues yo creo que ya tienen como unos cinco años más o menos **E:** ¿Tienes alguna anécdota de los primeros días con el servicio? **GS:** Pues sí, porque así era como, como que estaba sorprendido de muchos canales en la tele **E:** ¿Ese día hubo exceso de televisión? **GS:** Sí como una semana pegados a la televisión.

E: ¿Qué influyó en la decisión de contratar televisión de paga?

GS: Pues...no sé para ver canales, aparte por ejemplo canales del extranjero y cosas así.

E: ¿Por qué decidió adquirir el servicio con esta compañía y no con otro?

GS: Bueno primero tuvimos Sky **E:** ¿Antes de cablevisión ya tenías Sky? **GS:** Antes de Cablevisión tenía Sky, pero solamente lo tenían en una tele, entonces después...o sea lo tuvimos poco tiempo y después fue como que ya estaba subiendo el precio, y luego ya este estaban dando mucha publicidad a Cablevisión, que más barato y todo eso, ya lo pusieron en más, o sea cancelaron Sky, y, ya pusieron Cablevisión **E:** ¿Cuántos años llevas con televisión de paga, me dices que son cinco con Cablevisión? **GS:** Con Cablevisión si más o menos **E:** ¿Y cuántos con Sky? **GS:** No no duro mucho, a lo mucho un año con Sky.

E: ¿Quién es la persona dentro de su familia que más utiliza este servicio?

GS: Ehh yo creo que... mi hermana **E:** ¿Cuánto tiempo lo utiliza? **GS:** Pues casi toda la tarde cuando ya termina de hacer su tarea y todo eso, ya se pone a ver la tele.

E: ¿Se reúnen en familia para ver algún programa de la tv de paga?

GS: Mmm pues a veces cuando desayunamos, pero no ningún programa en especial **E:** ¿Y los fines de semana cuando están todos? **GS:** Sí.

E: ¿Qué programas ven y qué beneficios han obtenido de éstos?

GS: Bueno puedes ver todo tipo de programas **E:** ¿Cómo qué? **GS:** Puedes ver desde deportes, comedia, todo lo que encuentres **E:** ¿Series, películas? **GS:** Series también **E:** ¿Te gusta algún tópico en especial? **GS:** Comedia por ejemplo yo veía Two and Half Men en Warner y The Big Bang Theory todo eso sí los veo **E:** ¿Cuándo los pasan en televisión abierta te gusta ver éstos mismos programas? **GS:** Pues sí, pero siento que como que no es lo mismo **E:** ¿Por qué? **GS:** Bueno por ejemplo a mí me gusta escuchar las voces en inglés y así, por ejemplo cuando hay cosas que las traducen a veces no sé, siento que no quedan.

E: ¿Tienes una perspectiva de los contenidos de televisión de paga, diferente a la de televisión abierta?

GS: Mmm...una perspectiva pues, pues sí bueno también lo que pasa que hay mucha, cuando ves canales de televisión abierta ves mucha, muchos comerciales pero exagerado a cada rato **E:** ¿Y en televisión de paga no es así? **GS:** Sí pero no tanto, por ejemplo, si estás viendo televisión de paga un canal este estadounidense, ves comerciales pero no todos por ejemplo, no no pasan tres comerciales de las propuestas políticas de Peña Nieto, y así, y luego una de Josefina y luego que no cumplen y así **E:** ¿Me dices que ves programas de Estados Unidos, qué tipo de programas ves? **GS:** Pues ehh comedia más que nada, en Warner sí **E:** ¿Similar a los de Warner? **GS:** Pues veo...muy poco la tele, pero sí cuando la veo me pongo a ver este comedia o deporte,

E: ¿Cuántas horas al día ves televisión? **GS:** Pues yo creo que unas dos por lo menos **E:** ¿Además de la escuela la tareas qué otras actividades haces? **GS:** Tengo un Play Station y eso es bueno porque **E:** ¿Sí te gusta? **GS:** Sí me gusta jugar **E:** ¿Divides tu tiempo entre estas cosas? **GS:** No bueno no no todos los días estoy jugando y así sino que también salgo a veces con mis amigos y así **E:** ¿Con tus amigos pláticas acerca de los contenidos de televisión? **GS:** Pues bueno cuando es de deportes o películas **E:** ¿Por ejemplo fútbol europeo? **GS:** Fútbol europeo sí **E:** ¿Cómo qué platican? **GS:** Sí bueno por ejemplo hace poquito apostamos con un profesor que iba a ganar el Real Madrid al Atlético y ganó y ya tenemos privilegios en su clase.

E: ¿Sigues mirando televisión abierta o es raro?

GS: Es muy raro bueno cuando a veces solamente los van a pasar en ciertos canales o así, por ejemplo hay programas que no más pasan ahí, o bueno por lo menos no he visto en otros canales **E:** ¿Cómo que programas? **GS:** Como series más que nada, a veces algunos programas deportivos también.

E: ¿Crees que hay diferencias entre las familias que ven Tv abierta y de paga?

GS: Sí **E:** ¿Cómo qué diferencias? **GS:** Como que...bueno supongo que las señoras se la pasan viendo novelas ¿no? Y los niños qué podrán ver a veces verían ehh Canal 5, caricaturas, algunas películas que también salen después, por ejemplo; se tardan mucho, si sacan una película en un canal de paga la sacan como a los tres meses de que salió en el cine y en las otras te tardan más, ya salieron las otras dos y apenas van a pasar la uno y así, sí sí también se entretienen menos tiempo no bueno digo hay cierto programas que pueden ver y ciertos que no bueno que se aburren, entonces no pueden buscar muchos, supongo que pasan menos tiempo viendo la tele.

E: ¿Qué beneficios le ha traído esta inversión?

GS: Pues...pues sí porque puedes ver de todo **E:** ¿Te llaman la atención programas de conocimiento? **GS:** Sí a veces veo documentales **E:** ¿Sí qué tipo de documentales? **GS:** Por ejemplo de animales de cosas así **E:** ¿Animal Planet, National? **GS:** National Geographic.

E: ¿Qué cree usted que pasaría en su familia si (alguien) tuvieran que prescindir de la tv de paga?

GS: Uff pues...sería como ya bueno, ya no sería lo mismo porque si tienes la tele de paga ya estás acos...bueno te acostumbras más que nada a ver ciertas cosas que no podrías ver con la televisión abierta **E:** ¿Alguna otra? **GS:** Pues pasaríamos menos tiempo viendo la tele yo creo.

E: ¿Además de la televisión, cuentas con algún otro servicio como Internet?

GS: Sí Internet de cable

E: ¿Cuántos televisores tiene en su hogar?

GS: Tres **E:** ¿Y los tres con cable? **GS:** Sí.

E: ¿La Tv de paga es importante en el entorno social?

GS: Pues...pues sí se pod sí, se podría decir que sí porque bueno depende con quién convivan las personas no, ya tienen temas de qué hablar o por ejemplo se quieren reunir a ver algo y pueden tener más de donde escoger.

E: ¿Ha notado si en su comunidad ha cambiado el escenario urbano con las diferentes antenas de televisión de paga?

GS: Sí sí he visto que antes era bueno, yo me acuerdo que antes veías todas las casas bueno algunas casas que tenían las antenas de Sky, y ahorita ya es ves más antenas rojas y azules ¿Sólo en tu espacio o cuando transitas por la calle? Sí por la calle más que nada.

E: ¿Te gusta escuchar la radio?

GS: Mande la radio, pues muy poco la escucho na más cuando voy en el coche **E:** ¿Qué género musical te gusta? **GS:** Yo escucho, escucho de todos los géneros musicales la verdad escucho desde, puedo escuchar Banda y puedo escuchar Metal lo escucho muy amplio.

E: ¿Y en lectura cómo estás, te gusta leer algún libro?

GS: Sí me gusta leer ehh, he leído varios libros, ahorita estoy leyendo uno de la película de los Juegos del Hambre (Suzanne Collins) no sé si has oído de ella, está muy bueno el libro, también leí los del Señor de los Anillos (J.R.R Tolkien) y hay uno que también tiene poco se llama El Arte de la Guerra **E:** ¿El promedio de libros que lees al mes? **GS:** Al mes, pues yo creo que dos **E:** ¿Lees bastante? **GS:** Sí me gusta leer mucho.

E: ¿En tu familia cómo utilizan el servicio?

GS: El Internet o el ¿Ambos servicios? Ambos pues este cómo lo utilizas, pues lo utilizan más que nada para ver este eventos deportivos **E:** ¿Y el Internet lo utilizan para buscar información o tareas? **GS:** Sí bueno sí se

apoyamos bastante en las tareas, por ejemplo mi hermana sí sí ve sí busca sus tareas y así, también bueno a veces está en las redes sociales **E:** ¿Pasa bastante tiempo en las redes sociales? **GS:** No no mucho.

Nombre: Salvador Ortiz

Nivel escolar: Universidad

Ocupación: Estudiante

Nombre del servicio: Dish

Entrevistador: ¿Cuáles fueron las razones que lo motivaron a adquirir tv de paga?

SO: Mmm el lo barato del servicio **E:** ¿Únicamente lo barato? **SO:** Sí bueno y los canales que tiene también **E:** ¿Cuántos tiempo tienes con el servicio? **SO:** Al hace como dos años **E:** ¿Anteriormente no contabas con otro servicio? **SO:** Si uno de MVS (Más Tv) **E:** ¿Por qué te cambiaste? **SO:** Porque tenía más canales Dish.

E: ¿Recuerda su primer día con el servicio, podría describirlo?

SO: No me acuerdo **E:** ¿Una anécdota? **SO:** No no estaba.

E: ¿Qué influyó en la decisión de contratar tv de paga?

SO: Mmm mi mamá, ella decidió **E:** ¿Ella también lo paga? **SO:** Sí

E: ¿Por qué decidió adquirir el servicio con esta compañía y no con otro?

SO: Por lo económico.

E: ¿Quién es la persona dentro de su familia que más utiliza este servicio?

SO: Mi sobrino **E:** ¿Qué tipo de programación ve tu sobrino? **SO:** Infantil puro canal para niños **E:** ¿Cuántas horas al día lo ponen a ver televisión? **SO:** Dos horas **E:** ¿Va al kínder? **SO:** No todavía no.

E: ¿Se reúnen en familia para ver algún programa de la tv de paga?

SO: No **E:** ¿Por qué? **SO:** No nos da tiempo **E:** ¿Tú qué tipo de programación ves? Más History, o Discovery, National Geographic **E:** ¿Por qué te gustan esos canales? **SO:** Pues me gustan los documentales, las cuestiones informáticas, teorías **E:** ¿Crees que te traen beneficios ese tipo de programación? **SO:** Sí **E:** ¿Cómo qué beneficios? **SO:** pues tener un poquito más de cultura saber cosas que suceden en otras partes del mundo también **E:** ¿Crees que esto también pueda llegar a ser tema de conversación algo que aprendas de la televisión? **SO:** Sí de esos canales sí **E:** ¿Cuántas horas al día ves este tipo de programación? **SO:** Como una

hora a lo mucho, a lo mucho **E:** ¿Sigues viendo televisión abierta? **SO:** El once **E:** ¿Qué contenidos te gustan del once? **SO:** Igual programas informativos, noticias, culturales.

E: ¿Ha cambiado su perspectiva de los programas y contenidos desde que tiene tv de paga?

SO: Pues sí siempre había notado que la televisión abierta es muy decadente en el contenido de los programas, lo más frustrante es que pues tienen el presupuesto para hacer buenas programaciones y tienen haciendo el mismo de siempre.

E: ¿En este tiempo que has tenido televisión de paga qué piensas acerca de los contenidos de televisión, son mejores? **SO:** Pues en su mayoría sí, muchos son de, bueno no son de mí interés la mayoría **E:** ¿No te gusta ver películas o series? **SO:** Mmm no casi no me doy tiempo de ver series, más películas, porque me gustaría que hubiera cine un poco más independiente o cine de arte, que no fueran tan comercial, más contenido de cine **E:** ¿Por eso también prefieres no ver tele? **SO:** Ajá sí por eso no le dedico casi tiempo a la televisión **E:** ¿Por ejemplo vas y buscas DVD de arte? **SO:** Ajá sí compro o rento películas **E:** ¿De arte? **SO:** Sí o cine Independiente o varios géneros que no son tan comerciales **E:** ¿Cuántas compras en un mes? **SO:** Unas cinco yo creo **E:** ¿A parte de esas compras otras cosas que te llamen la atención? **SO:** No regularmente veo series en Internet.

E: ¿Con quién platicas acerca de los contenidos de la tv?

SO: Pues a veces con compañeros de la escuela o amigos, algunos familiares.

E: ¿Cree usted que hay diferencias entre las familias que ven Tv abierta y de paga?

SO: Bueno en cuestiones culturales ideológicas quizás existan algunas diferencias, por el tipo de educación que se recibe a través de la televisión, puedes tener perspectivas distintas de ciertas cosas **E:** ¿Tú crees que la televisión es una educadora del pueblo mexicano? **SO:** Sí se utiliza para principalmente mediatizar y manipular la tendencia ideológica de las personas, en hablando de televisión abierta específicamente Televisa, Tv Azteca, ya en televisión de paga pues es más libre la elección del contenido que vas a cachar **E:** ¿Entonces si hay cierta diferencia por los contenidos, si a alguien no le gusta el Canal Once tiene que chutarse Televisa o Tv Azteca? **SO:** Mmju sí en ese sentido sí ideológico, sí tiene mucho que ver culturalmente.

E: ¿Crees que de algún modo ésta sea una buena inversión?

SO: Lo considero más como, casi un lujo **E:** ¿Crees que es un lujo? **SO:** Pues sí porque no es una necesidad básica en mi familia, ya contrató el servicio igual estamos pensando en cancelarlo porque nadie lo ve, pero de vez en cuando, cuando hay chance de ver un poco de tele ya puedes encontrar algo entretenido **E:** ¿Entonces no pasaría nada si se cancela el servicio? **SO:** No **E:** ¿Tu sobrino podría ver Canal Cinco o el Once? **E:** Sí o películas le gustan más ver películas que televisión.

E: ¿Cuántos televisores tiene en su hogar?

SO: Una **E:** ¿La única con el Dish? **SO:** Sí

E: ¿La Tv de paga es importante en el entorno social?

SO: No no lo considero demasiado **E:** ¿Cómo medio de comunicación? **SO:** No, considero más importante el Internet.

E: ¿Ha notado si en su comunidad ha cambiado el escenario urbano con las diferentes antenas de televisión de paga?

SO: Sí un buen, le da como más, bueno yo siento que le da un poco de color a las azoteas las antenas, bueno a mí sí me gustan como luce **E:** ¿Por qué aparte del color y lo estético? **SO:** Mm crea como cierta atmósfera urbana, o como ya un poco futurista a comparación de lo que veía cuando era niño ahora, bueno o sea ya es un debraye un poco más personal **E:** ¿Y cuándo eras niño cual era tu perspectiva? **SO:** A no vivía acá **E:** ¿En un entorno urbano? **SO:** Pues no cabía mucho solamente no existían esas antenas eran diferentes eran más grandes las parabólicas, también ésas estaban chidas **E:** ¿Si marcaban alguna casa porque la señalabas o algo así? **SO:** Sí sí llamaban la atención, ya ahora ya es más monótono pero aun así como que aporta algo más a la vista.

E: ¿Lees libros?

SO: Sí **E:** ¿Cuántos y de qué tipo de libros? **SO:** Ah como un libro al mes novelas, regularmente son novelas, a veces si son de contenidos así como más científicos o bueno enfocado a la carrera que estoy estudiando **E:** ¿Qué carrera estás estudiando? **SO:** Diseño Gráfico, también me laten los libros de ciencia principalmente Biología o Física.

E: ¿Y la radio te gusta escucharlo? **SO:** Mmju **E:** ¿Qué tipo? **SO:** Mm pues más alternativo lo que le llaman New Wave Ibero (90.9 fm) **E:** ¿Te gusta Reactor (105.7)? **SO:** un poco de Jazz no Reactor no mucho **E:** ¿Te gusta Horizonte (107.9)? **SO:** Ajá **E:** ¿Cuántas horas le dedicas a la radio? **SO:** Como cuatro horas al día **E:** ¿Quiere decir que le dedicas más horas a la radio? **SO:** Mmju **E:** ¿En ese tiempo que haces; tareas, descansas, lees? **SO:** Tareas.

E: ¿También te gusta leer el periódico?

SO: No el periódico no nunca he tenido el hábito de leer el periódico **E:** ¿Y por Internet tampoco las noticias? **SO:** Pues noticias igual por radio.

E: ¿Tienes algún otro hábito con tus amigos te gusta irte de juerga por así decirlo?

SO: Simón sí los fines **E:** ¿Todos los fines o cuando hay chance? **SO:** Cuando hay chane si no es de cada ocho días.

Nombre: Cristia Rosas

Nivel escolar: Sexto de Primaria

Ocupación: Hogar

Nombre del servicio: Dish

Entrevistador: ¿Cuáles fueron las razones que lo motivaron a adquirir tv de paga?

CR: Pues supuestamente por ver una mejor televisión, pero pues todos los programas son repetidos, no hay...la verdad no trae una buena programación, o sea ya anteriormente tuve crabl cable y tuve este MásTv y pues ya a mí también me gustó más el MasTv **E:** ¿Por qué le gustaba más el MásTv? **CR:** En el Dish hay más fallas no realmente a mí Dish no me convenció ni ni este Cablevisión, **E:** ¿Ya tuvo cablevisión? **CR:** Ya tuve Cablevisión también, no me convenció la realmente la programación que traen es más repetir y repetir, repetir lo mismo igual que Dish, no me gustó a mí realmente

E: ¿Cuántos años lleva con televisión de paga incluyendo MásTv y Cablevisión?

CR: Uyy con televisión de paga ya llevo pues más de diez años **E:** ¿Es decir ya tiene un buen tiempo con un servicio o cambiando? **CR:** Tuve no tuve MásTv primero tuve Cablevisión, de hecho, Cablevisión na más me lo cortaron y ya, me iban aumentando el precio fuimos lo pagamos nunca lo dimos de baja, vinieron y lo... bueno no aquí vivía yo en Puerta Grande lo dieron de baja, de ahí contraté yo este MásTv, y MásTv lo tuve pues como diez, como ocho años más o menos **E:** ¿Era barato el servicio? **CR:** Sí mucho más barato que esto que estamos teniendo ahorita, porque si usted en Dish quiere este adquirir más canales son más caros y falla mucho la señal de Dish, falla muchísimo la señal, de hecho, no se puede, o sea tienen tan mal servicio que para el...porque yo soy la que se encarga de pagarlo mes con mes no le mandan el talonario yo lo tuve que pedir en junio del año pasado, me lo acaban de mandar, estuve pagando así y eran mucho problemas porque luego en ningún lado ya me lo querían cobrar, pero realmente pues Dish para mí no, no tiene un buen servicio, le llaman para cobrarle puntualito, pero para darle un buen servicio no se lo dan, usted ya esta vez metimos el pago, pues ya este, cómo le diré todavía un día antes ya estaba el cómo se llama, el **E:** ¿Talonario? **CR:** No no no estaba el anuncio de que pagáramos ciento setenta, pago ciento cuarenta y nueve, me cobran ciento setenta si me paso un día, dígame si sirve eso, yo realmente por mí yo lo quito, es como les digo yo lo pongo porque pues luego cuando el domingo que es el día que no trabajan, pues hay vean un poco de... mi hijo que le gusta mucho el Fox Sports ver fútbol, él es muy deportista y le gusta, pero realmente no, para mí el Dish no le veo mayor ventaja

E: ¿Pero su familia sí lo utiliza? **CR:** Muy poco casi no, casi no. Le digo que todos trabajamos, o sea yo trabajo este en una tienda de manualidades, en el día en la tar...en la mañana estoy, ahora porque se festeja a la madre no, siempre tiene uno que hacer y cosas, yo realmente yo no lo veo, yo veo la televisión normal (abierta) cuando la puedo llegar a ver, porque pues ora si no tengo el tiempo de sentarme y estar viendo un canal, no casi que ora si para que yo diga es muy útil o está muy bien, no no no yo creo que eso más bien es para la gente que no trabaja y que puede estar sentada todo el día viendo televisión, uno no uno que trabaja realmente no puede **E:** ¿En la tarde que llega de? **CR:** Llego hasta las ocho de la noche llego a prepararles de cenar, en lo que cenar y lo que tengo que hacer; recoger trastes, lavar trastes no hay tiempo, no hay tiempo realmente ora sí que para mí son gastos inútiles, o sea ya nada más porque dicen que pues ya es lo lo habitual

no que uno tienen que tener televisión de paga porque supuestamente ya van a cobrar estos canales libres que son; el siete, el trece, el nueve, el once, el cinco, el cuatro supuestamente ya van a tener un costo, eso muchos me lo han dicho a mí donde quiera **E:** ¿Quién se lo ha dicho perdón? **CR:** en Dish, MásTv, Cablevisión, Sky, porque nos han venido a ofrecer y es lo que nos dicen, de hecho, yo fui a Elektra quise este, yo andaba viendo precios porque quiero comprar un televisor, me dijeron de plano no señora dice esperece mejor para que compre una pantalla porque ya no va haber estos canales libres, todos son de paga (Explicación sobre convergencia de señal analógica a TDT) o sea que de todos modos nos lo van a cobrar a fin de cuentas, bueno yo; para mí todo esto es una estafa, todo esto es una estafa no sé el gobierno que ha permitido todo esto porque por decir en Dish, si usted quiere un televisor adicional le aumenta el costo, pues si yo estoy pagando ahorita ciento cuarenta y nueve, ya no pago ciento cuarenta y nueve, voy a pagar más de doscientos pesos, o sea para mí eso es un robo lo que están haciendo, porque como quiera que sea, sea supuestamente aparentemente se ven muy bonitas casas, pero pues sólo Dios sabe lo que nos está costando sobresalir, los malos sueldos que hay, los costos tan altos en todo, cómo le hace uno, es como dicen hay es que televisión de paga, oiga pues ya eso es para la gente que de plano yo como les digo pues aquí vamos a echarle todos porque si no, no se puede **E:** ¿No sale para pagarlo? **CR:** No, los sueldos son muy bajos, son muy bajos cómo le hace uno para salir adelante con tanto gasto; la luz tan cara, el agua, el gas y todavía pagar una televisión, le digo que yo nada más ora sí que lo hice, pues por mi esposo y mis hijos que el fin de semana que están **E:** ¿Digamos que el fin de semana ellos sí se reúnen a ver partidos de fútbol por ejemplo, películas series o algo? **CR:** Mmju, pero nomás el fin de semana entre semana no hay tiempo joven, entre semana no hay tiempo porque quiera que no pues ya todo el mundo llega cansado, y todavía llega llega uno con la actividad de hacer cosas en la casa, nosotros no nos podemos dar el gusto de llegar y descansar, decir hay me voy a sentar a ver televisión y a ver que Soledad venga y me dé de cenar, muchas veces yo prendo la televisión para escucharla en lo que estoy preparando las cosas, porque realmente yo no, no puedo sentarme a ver televisión, si me siento; a qué horas lavo, a qué hora plancho, a qué hora hago comida. El ratito que la puedo ver es cuando estoy picando mis verduras para hacer la comida, o que estoy limpiando los frijoles para hacer este para ponerlos a cocer, realmente yo de ver televisión no tengo tiempo, no tengo tiempo. **E:** ¿Y sus muchachos cuando terminan su tarea y no tienen nada que hacer? **CR:** Pues por lo regular se la pasan estudiando viendo el Internet, porque ahorita que se descompuso la tarea, la computadora tienen que pagar Internet para poder este hacer su tarea, de qué sirve que lo tengamos si la computadora se descompuso, qué tiempo hay, realmente le digo qué hace uno, pues ya nada más decir bueno pagarla por por decir

E: ¿Por ejemplo tiene la oportunidad de ver programas de ciencia, tecnología?

CR: Es lo veo luego en la madrugada que son de este cómo se llama de revista de consumidor no, son los que luego ahí ves están en la madrugada, porque me levanto muy temprano también, a prepararle lo que se van a llevar de comida porque todos llevan comida al trabajo, son cuatro comidas las que, cinco comidas las que tengo, más aparte preparar el desayuno, a qué horas tengo tiempo de ver televisión joven. Pero sí a mí me gustan mucho los canales donde hay este pues información de de estos documentales, de animales, del mar, de todo eso a mí me gustan mucho, pero aquí realmente no los hay **E:** ¿Y Discovery, National Geographic, a veces presentan programas específicos sobre esos temas? **CR:** Casi no los tienen, casi no le digo que lo pasan repetido, repetido, repetido o sea yo por eso digo no no me gustan, porque son muy repetidos sus programas de Dish, Discovery Channel no lo trae, no lo trae **E:** ¿Me comentaba que sigue viendo televisión abierta, qué tan apegada está a la tv? **CR:** No mucho porque le digo que poco me da tiempo de ver, pero luego si procuro ver las noticias, por qué, porque me importa el clima, si el volcán está por hacer erupción, o sea cositas así, pero realmente mucha mucha televisión no, lo que luego veo... escuchó porque le digo es lo de Diálogos en Confianza de Canal Once, el (Canal) 22, poquito que pasan en los programas, es lo que me dicen cuál comedia

ves, no yo no veo comedias, no tengo tiempo de ver comedias, con los quehaceres que yo tengo en casa tengo que, pues hacer mi quehacer, es como le digo si yo me siento a ver pierdo minutos en ese tiempo: ya no lavé, o ya no planché o ya no hice quehacer, la comida que diario tiene que estar lista, el quehacer, quién me lo hace si todos se van a trabajar en la mañanas na más me quedo con mi nieto que tienen once años.

E: ¿Cree que ha obtenido algún beneficio de la televisión?

CR: Mmmno ninguno no no porque al contrario también esas películas tan malas que pasan de Estados Unidos aquí de tanto chamaco tan rebelde por eso tenemos tantas rebeldía entre los chavos, tantas bandas, tantos punketos, tantos tatuados y perforados, bastante porquería que traen de allá ¿o no? una copia barata de todo lo de allá es lo que son los chamacos, yo no le veo mayor satisfacción a la televisión, yo no le veo desgraciadamente pues yo así lo pienso a la mejor igual y estoy mal verdad, pero yo así lo pienso que a los chamacos les ha perjudicado mucho ver la televisión en ese aspecto de pasar tanta película tan mala de Estados Unidos **E:** ¿Usted considera que muchos jóvenes toman ideas de eso? **CR:** Sí **E:** ¿Y los aplican? **CR:** Aquí mismo sí, si yo realmente yo no le veo mayor beneficio a la televisión para los chavos no, no, de dónde sacaron eso de los guerreros, no de una película de Estados Unidos, y ya después toda la bola de borregos de aquí de México ya empezaron con eso, yo a mí eso se me quedo muy marcado, y tengo hijos adolescentes todavía, tengo hijos jóvenes ya también, tengo dos muchachitas que ya son casadas también, y todo eso quiera que no todo eso lo va uno viendo que a Dios gracias mis hijos pues no los he visto en ese aspecto no, pero yo veo tanto chamaco tan desubicado que son copiar todas la películas que ven de allá, yo no veo mayor satisfacción en la televisión, no hay como que fuera una tele una televisión sana que les de programas en los cuales los ayude a pensar a ser positivos no tan negativos (Pero creo que también por eso mismo hay televisión de paga porque está muy fragmenta: conocimiento, cultura, series, deportivos y obviamente películas) Pero es lo que le digo no hay de mucho Dish no tiene mucho es muy poco lo que trae, o sea si trae Fox Sports, si lo trae ése porque sí lo ven mis hijos, mi esposo, pero luego muchas veces igual se la pasan repitiendo lo mismo lo mismo lo mismo lo mismo (Me comentaba que a su esposo le gusta Dr. House) le gusta el Dr. House, la esta cómo se llama esa la Ley el Orden, cuál otra, creo que nada más por ejemplo también a mí ese programa que pasan Mil Formas (Maneras) de Morir, también es una porquería de programa, luego ahí están viendo criaturas de seis años siete años, usted cree que ese es un programa didáctico, usted cree que es un programa creativo, esos programas no deberían de existir para que lo vean los chicos, o estoy mal, por qué hay tanto niño que se está suicidando, por qué hay tanto niño que está haciendo tanta cosa, cuántos suicidios hay ya, usted cree que los niños no sacan ideas de ahí, cómo que Mil Formas de Morir, o de eso de las bodas y que la mujer que espía al novio que anda con la otra (Cheaters) y qué qué ,ésos son los programas que trae Dish, Cablevisión, este Sky, le digo que yo ya tuve ora sí tuve Sky, Cablevisión este la esta otra...MásTv, o sea y para una madre que trabaja cómo puede estar cuidando que los hijos no vean eso, sí trae programación, pero trae mucha programación negativa.

E: ¿Utiliza otros recursos por ejemplo; DVD para ver películas, series?

CR: Pues sí los tengo, pero le digo que yo realmente, yo casi no **E:** ¿Y sus muchachos, su familia? **CR:** Pues luego sí ellos sí están viendo, va a decir que que tonta no, pero les digo yo mi pornografía son las películas de caricaturas, de dibujos animados a mí díganme el Micky Mouse, la Pequeña Lulú, ¡qué bonitas caricaturas!, porque las caricaturas que pasan son una verdadera porquería ¿Usted en la adolescencia con qué caricaturas se identificaba? Hay a mí me gustaba mucho la Pequeña Lulú, Micky Mouse, el Pato Donald, o sea era bonito, ahora ya todos todos los dibujos animados hablan de toda mucha violencia también, de muchas cosas que no no no a mí realmente digo en lugar de progresar vamos de mal en peor, no no veo nada creativo antes tenía Blanca Nieves, tenía ora sí que cosas bonitas en esos películas que ya se han ido dejando poco a poco, Cri Cri

qué bonitas canciones, ahora ya tanta cosa tan fea es lo que dicen ¡ay mamá! Tú, que a mí eso no me gusta yo ya de ver tanta violencia joven, la verdad yo ya digo no no no, estamos en un mundo que tanta drogadicción, por ejemplo allá abajo, aquí nada más en la colonia de allá, no olvidese hay mucha agresividad **E:** ¿Se reúnen las pandillitas? **CR:** Y gruesas, y de dónde lo sacan, la mayoría ahí trae pistola y chammaquillos, hacia dónde va uno, y sepan que uno lo dice y lo matan a uno sí, es lo que le digo, es como les digo yo a mí, que desgraciadamente ya todo lo que estamos viviendo es porquería, agresividad, maldad en la gente **E:** ¿Estos contenidos los platica usted con su familia? **CR:** Sí los hemos platicado, si los hemos platicado por decir los sábados, los sábados yo los disfruto porque por mis hijos como les gusta jugar, pues vámonos al juego ¡órale pues! **E:** ¿A dónde van a jugar? **CR:** Emm allá por este no sé si conoce usted ahí en Centenario donde está Bodega Aurrera, atrás hay unos campos de fútbol **E:** ¿Los de llanero? **CR:** Ahí nos vamos **E:** ¿Van a jugar? **CR:** Mmju **E:** ¿Es un hábito que vayan cada ocho días cada sábado? **CR:** Sábado y domingo **E:** ¿Es cómo la iglesia puntuales? **CR:** Mmju sábado y domingo, o sea yo prefiero digo, verlos disfrutar un juego, verlos que saquen su estrés, a que estén viendo un programa donde ya salió la película, cómo van a matar al enemigo o cómo van a agredir al vecino, es para mí más fácil ir y ver un partido de fútbol **E:** ¿Qué otra cosa hacen en familia similar a eso? **CR:** Ah pues nos sentamos a almorzar, a comer, a platicar, bromear **E:** ¿Asisten al parque a otro centro? **CR:** Muy poco, muy poco por lo regular siempre es estar en casa, por lo regular siempre **E:** ¿Por lo ajetreteado de la semana? **CR:** Mmju sí, sí y la verdad ya está muy complicado el tráfico (vehicular) por acá también **E:** ¿Es muy complicado salir? **CR:** De por sí nosotros no tenemos carro, el carro que ve aquí es de mi hijo, entonces nosotros salimos muy poco, y pues aquí es donde luego igual por la noche que ya van llegando todos ya nos aventamos el cotorreo, la broma, la platicada, vámonos a acostar y todo o sea a su respectiva cama.

E: ¿Usted utiliza la radio?

CR: Ah claro que sí también **E:** ¿Un promedio de cuántas horas al día utiliza la radio? **CR:** Pues si pueden ellos todo el día todo el día **E:** ¿Qué le gusta escuchar en la radio, programas musicales, noticias? **CR:** Pues a mí me gusta bueno escuchar de todo, mis hijas son gruperas, yo a mí me gusta escuchar de todo, de todo, de todo, de todo, porque digo pues también tiene uno que estar al tanto de lo que está sucediendo en el mundo no, bueno no en el mundo en nuestro país por lo menos, tanta violencia y tanta cosa que estamos viviendo y que pues uno no sabe luego ni por dónde le va a llegar, pero o sea si, si ellas pueden escuchar todo el día radio, no sé si escuchaba el escandalazo que tenía orita mi hija que llegamos **E:** ¿Usted en su trabajo si usa el radio o no tienen tiempo tampoco? **CR:** No pues yo ora sí como estoy en una academia, yo allí este ora sí que nomás me dedico a pintar y no escucho radio ni televisión, luego lo que oigo son los audífonos, pero así muchas muchas veces, uno no puede.

E: Usted me decía que es un lujo estar pagando esto, ¿cree que hay diferencias entre las familias que ven televisión de paga y las que solo tienen tv abierta?

CR: Pues no sé la verdad no sé cómo decirlo, pero yo al menos por mi parte yo digo es un lujo porque luego muchas veces uno no tiene tiempo de verla y lo tienen que estar pagando, y como aquí, aquí la mayoría de las personas trabaja, y la mayoría llegan hasta en la noche, yo tengo una de las hijas, ella luego va llegando hasta diez y media once de la noche, usted cree que no es un lujo pagar algo que no ve, y cuando ella prefiere mejor escuchar música que ver televisión.

E: ¿Le afectaría de algún modo si tuviera que cancelar el servicio?

CR: Pues a mí no, no realmente ora sí que a mí no, no me afectaría **E:** ¿Y a su familia? **CR:** Pues que lo paguen ellos ya (risas), porque pues ora sí que óigala esa mujer es feliz oyendo radio (Bromea con su hija) de hecho a ella fue la que le comentaron que este que ya se iba a tener que pagar (Conversación nuevamente sobre conversión de análoga a TDT)

E: ¿Cuántos televisores tiene en su hogar?

CR: Dos **E:** ¿Y uno solamente tiene Dish? **CR:** Mmju.

E: ¿Usted cree que la televisión de paga como medio de comunicación es importante?

CR: No, no

E: ¿Ha notado si en su comunidad ha cambiado el escenario urbano con las diferentes antenas de televisión de paga?

CR: Pues a todos los veo con el Dish **E:** ¿Pero ha cambiado, hace años era difícil ver? **CR:** Pues tenían MásTv, pero vinieron y quitaron las antenas de MásTv, que porque ya no iba a ver **E:** ¿Pero sí ha notado que hay en tal casa? **CR:** No pues aquí la mayoría tiene el Dish, la mayoría, casi Cablevisión y los otros casi no es Dish lo que tienen muchos **E:** ¿Por qué será? **CR:** Por el costo, es el costo es más barato que los otros, tanto cablevisión como Sky son muy caros, y Dish es un poco más barato y todavía era más barato MásTv, y tenía mejor recepción MásTv que Dish.

Nombre: Anahí Santana Ojeda

Nivel escolar: Universidad

Ocupación: Maestra

Nombre del servicio: Sky

Entrevistador: ¿Cuáles fueron las razones que lo motivaron a adquirir tv de paga?

AS: Pues por la amplia cobertura de canales y más programas, por su variedad.

E: ¿Recuerdas desde cuándo tienes el servicio?

AS: Ay hace como cuatro años.

E: ¿Me podrías dar una anécdota de su primer día con el servicio?

AS: Mmm bueno pues fue padre por qué, porque pues bueno al estar viendo cambiando que hay: películas, caricaturas, y muchas cosas en las cuales te puedes entretener.

E: ¿Qué influyó en la decisión de contratar tv de paga?

AS: Pues básicamente mi hija, porque pues le gustan mucho los canales de Discovery Kids y las películas y todo eso **E:** ¿Lo contrataron por ella? **AS:** Ajá **E:** ¿Pero tú también lo utilizas? **AS:** Si digo sí vemos las películas en el cuatrocientos, mi marido en el fútbol en los quinientos sí.

E: ¿Por qué decidió adquirir el servicio con esta compañía y no con otro?

AS: Recuerdo que en ese entonces estaba muy de moda y estaban aquí ofreciéndonos el servicio, por esa razón **E:** ¿Entonces vinieron, te lo ofrecieron y dijiste bueno? **AS:** Pues sí.

E: ¿Hay alguna otra persona que utilicé el servicio aparte de ustedes?

AS: Pues es que finalmente mi suegra, digo estamos en departamentos pero cada quien tiene su el Sky. **E:** ¿Tu suegra tiene uno y tu otro? **AS:** Ajá **E:** ¿Lo pagan en el mismo recibo? **AS:** Sí en la misma cuenta.

E: ¿Se reúnen en familia para ver algún programa de la tv de paga?

AS: Sí películas los fines de semana **E:** ¿Entre semana? **AS:** No pues entre semana cada quien está en su casa, y cada quién ve lo que quiere **E:** ¿Qué programas ven los fines de semana? **AS:** Hay pues les encantas los cuatrocientos las películas mexicanas de Pedro Infante y todas esas **E:** ¿Y a ti te gustan? **AS:** Sí, sí son divertidas digo bueno son muy este... dramáticas, pero pues sí **E:** ¿Qué tipo de películas te gustan a ti? **AS:** De acción **E:** ¿estadounidenses más que nada? **AS:** Mmju

E: ¿Crees que ver algunos programas trae beneficios?

AS: Sí **E:** ¿Cómo qué? **AS:** Por ejemplo en Discovery Channel, lo los programas estos de National Geographic, digo finalmente te dan enseñanzas no, aprendes cosas que sobre la medicina también.

E: ¿Tú crees que ese tipo de conocimiento a la larga te ayude?

AS: Pues sí ¿no? para tener este como nos sirven como barapa no bagaje cultural ¿no? para que sepas un poquito de todo.

E: ¿Ves televisión abierta también?

AS: Sí **E:** ¿Cuánto tiempo ves? **AS:** Uyy pues será una media hora, porque me duermo temprano mmjuju **E:** ¿Pero ves más televisión de paga? **AS:** Sí.

E: ¿Qué piensa de los contenidos que se transmiten por tv de paga y de los de televisión abierta?

AS: Ah pues que en los de paga finalmente tienes la opción de ver lo que tú quieras no, y en los de la televisión abierta pues, digo finalmente te limitan y es lo que pues quieren que veas de cierto modo no.

E: ¿Utilizas algún otro medio de entretenimiento por ejemplo: DVD, series?

AS: Sí **E:** ¿Qué tipo de series? **AS:** De series... hígole bueno pero ya pasaron no importa, por ejemplo vemos la de Prison Break, este el Cártel de los Sapos, este Mujeres Asesinas **E:** ¿Contratas alquilas el DVD o las compras? **AS:** No no no compramos las películas, bueno compramos las series.

E: ¿Con quién platica acerca de los contenidos de la tv?

AS: Pues con mi esposo.

E: ¿Cree usted que hay diferencias entre las familias que ven Tv abierta y las que ven Tv de paga??

AS: Mmm pues yo creo que sí **E:** ¿Me podrías decir? **AS:** Digo finalmente pues que tiene en la de paga tienes más acceso aaammm, volvemos a lo mismo a más información de todo tipo que en la de la normal la abierta sí, digo finalmente pues yo puedo ver un reportaje no sé de los leones o equis animal y quizás en la televisión abierta no me lo pasen no, bueno es un ejemplo.

E: ¿Qué otros beneficios consideras que te ha traído esta inversión?

AS: Ay pues entretenimiento también digo porque también digo el costo es es un poquito elevado **E:** ¿Cuánto pagas? **AS:** Pues ahorita estamos pagando setecientos al mes **E:** ¿Tienes algún paquete? **AS:** Teníamos un, teníamos antes el básico, empezamos con el básico, y después nos subimos a otro paquete ¿Por qué? Pues porque tiene más canales y más que nada por mi esposo con el fútbol, y que ve campeonatos las ligas no sé en qué consista, pero luego nos tuvimos que regresar otra vez porque...vamos es contradictorio, pero tendrás muchos canales y todo, pero no tienes el tiempo, o nos pasa a veces que terminamos en el cinco o en el dos con las comedias y dices bueno qué ironía **E:** ¿Tú que tienes Sky has contratado pagos por evento? **AS:** No **E:** ¿Te los han ofrecido? **AS:** Rara vez cuando hay algún partido o cosas así rara vez, pero no lo nos lo ofrecen por medio de la publicidad en la tele, pero nada más **E:** ¿Tu esposo paga un paquete para ver deportes? **AS:** Sí sí sí de todo que luego ni ve o nada más ve lo de siempre, y por eso se canceló porque dices no tiene caso.

E: ¿Qué crees que pasaría en tu familia si tuvieras que cancelar el servicio?

AS: Qué pasaría ay pues que extrañarías un poco, pero finalmente te vuelves a adaptar **E:** ¿Regresarías a la televisión abierta sin ningún problema? **AS:** Pues yo creo que no, pues porque finalmente digo por la variedad que tienes no, no igual y regresaríamos a otra compañía, pero tal vez no a la abierta, no no sé **E:** ¿Por qué le haces fuchi a la tv abierta? **AS:** Bueno no es el fuchi sino que pues volvemos a eso la variedad no, que bueno ya te quieras o no a veces te acostumbras a ¡ay mira! pues tal película o tal programa o o las series que pasan luego en el doscientos cuatro que están muy buenas.

E: ¿Cuántos televisores tiene en su hogar?

AS: Dos **E:** ¿Y los dos tienen Sky? **AS:** Mmju

E: ¿Tú crees que la televisión de paga como medio se está volviendo importante en el entorno social?

AS: Yo creo que sí **E:** ¿Por qué? **AS:** A ver la de paga verdad se está volviendo más, pues yo creo que por aparte de todo lo que venden no y lo que promocionan y la variedad volvemos a esto no, porque ya mucha gente, no necesariamente tiene que ser el Sky no ya hay tantos otros televisiones de paga como el Dish o no sé qué tantas cosas hay que digo bueno están en un precio accesible y pues que les dan variedad, bueno ya cada vez lo ponen más accesible para las personas, o sea que no.

E: ¿Ha notado si en su comunidad ha cambiado el escenario urbano con las diferentes antenas de televisión de paga?

AS: No no lo he notado la verdad.

¿Me dices que eres maestra verdad?

AS: Sí **E:** ¿Te gusta leer libros? **AS:** Sí **E:** ¿Cuántos libros lees al mes y de qué tipo? **AS:** Uyy mira al mes te leeré uno, bueno me gustan de, bueno sabes que leo mucho de superación personal, pero bueno también leo de historia, leo también de romance.

E: ¿Tienes tiempo de escuchar radio?

AS: No **E:** ¿No escuchas radio? **AS:** No

E: ¿Lees prensa?

AS: No **E:** ¿Entonces digamos que tus únicos medios son la televisión y los libros? **AS:** Sí **E:** ¿Internet? **AS:** A veces mira lo tengo, pero casi no me meto, bueno eso de estar en redes sociales y todo ese rollo pues tampoco no **E:** ¿Y cómo familia? **AS:** Y cómo familia **E:** ¿Leen, escuchan música actividades como familia a excepción de la televisión? **AS:** Ahh no pues me pongo con mi hija a jugar juegos de mesas, le leo cuentos eso sí es de rigor todos los días, este pero no realmente música si estoy de buenas los fines de semana que estoy haciendo quehacer, si estoy de buenas, que es rara vez, pero bueno.

E: ¿Tú hija te pide ver algún programa en específico?

AS: Sí fíjate que le gusta mucho Bob esponja, el Chavo animado, a veces Pucca, bueno sí ciertas, cierta específicamente alguna caricatura **E:** ¿Tú estás al pendiente de lo que ve? **AS:** Mira sí sí Charlie y Lola también, este sí se los pongo, sí estoy al pendiente, aunque a veces no comparto algunos programas, porque pues no son aptos para, por ejemplo en Pucca pues no, pero le gusta mucho, ya casi no se lo pongo digo **E:** ¿Se lo vas quitando poco a poco? **AS:** Sí digo también es que ya también todas las caricaturas de verdad que dicen un buen de groserías por ejemplo, en Bob esponja también, qué dices bueno, bueno en el Chavo animado está más relax, en Charlie y Lola pues no dicen groserías **E:** ¿No le gustan programas de conocimiento de National Geographic; Animal Planet? **AS:** Si también le gustan de los animales, así es, los de los animales son los que le gustan también bueno que también le gusta, también sabes que vemos mucho los reportajes así de cómo lo mató y cómo van investigando, ahh las películas de Avatar **E:** ¿En ese sentido hay diferencia con la televisión abierta, pues tardan más? **AS:** Que tardan más en salir bueno, pero con la piratería estamos igual se estrenan aquí y ya lo estás viendo tú también en tu casa pero bueno **E:** ¿Tú recurres a la piratería? **AS:** Mira soy bien especial, por ejemplo en casa nuestras series, películas que le compramos pues la verdad son originales **E:** ¿Las adquieres en Blockbuster o algún otro? **AS:** En los centros comerciales **E:** ¿Pero tienes cierta línea con la piratería al no fomentarla? **AS:** No la verdad no no compramos piratería no nos gusta **E:** ¿Por qué? **AS:** Mira yo sé que, por qué, porque en primera: no se ve bien, no es la misma calidad de acuerdo, ahora la segunda, pues todo es un trabajo y esfuerzo no, que finalmente a tras de una película hay muchísima gente trabajando sale que los piratas nada más hay que padre y ganamos el dinero fácil no no me agrada eso **E:** ¿Sientes cierta empatía con alguien que no tenga los recursos para comprar el original y adquiere uno (apócrifo)? **AS:** Lo respeto pero no lo comparto y digo como tú dices finalmente cada quien no, digo no no puedo yo decir oye este cómo, no no no cada quien su bolsillo su presupuesto, pero digo entre mí no no no, lo mismo pasa con la música yo prefiero ir a un centro comercial comprarme un disco original que yo sé que me va durar y que aparte me va ahh para mi aparato, no me lo va a molar muchas situaciones, que estarlo comprando ahí que luego vienen todos malos, rayados, no no no aparte se me hacen desechables, una dos y a la basura.

E: ¿Acostumbra con tu familia también salir a museos, teatros?

AS: Sí vamos a museos, a teatro no, al cine estamos retomando nuevamente porque ya no aguanta mucho, parques, zoológicos.

Nombre: Francisco Ortega Morales

Nivel escolar: Sexto de primaria

Ocupación: Jubilado

Nombre del servicio: Cablevisión

Entrevistador: ¿Con Cablevisión tiene teléfono e Internet?

FO: No nomás es el puro Cablevisión.

E: ¿Cuáles fueron las razones que lo motivaron a adquirir tv de paga?

FO: Ver mejores programas, ver mejores programas y son más amplios los programas no nomás son los canales básicos, sino son programas de de más este o sea son más culturales como Discovery y todo eso.

E: ¿Recuerda desde cuándo tiene el servicio?

FO: Tengo como tres años con él **E:** ¿Es la primera vez que tienen cable o ya anteriormente tenía otro? **FO:** No ya ya he tenido en otras ocasiones, no pero digo muchas veces porque ya no este ya no me, de hecho nos cambiamos de de domicilio tons por eso es que ya no ya no **E:** ¿Qué otros sistemas de cable tenía? **FO:** No nada más **E:** ¿Cablevisión siempre ha tenido? **FO:** No si es este Cablevisión **E:** ¿DirecTv, Sky? **FO:** No na.

E: ¿Recuerda su primer día con el servicio, podría describirlo?

FO: No, pues digo, pues cómo en qué forma **E:** ¿El día que se lo instalaron, cómo fue, se puso a explorar todos los canales que tenía? **FO:** Ahh no sí claro, sí claro ellos me la programaron y ya, este me leyeron ya mis mis datos, me dieron mi control para ver yo todos mis canales y todo eso, los que los que, porque son canales básicos, o sea es el el paquete básico no es el total, el canal bas... no el total cuesta muy caro, cuesta sale en ochocientos setecientos pesos, y éste lo tengo compartido yo con unos de mis yernos, y pagamos quinientos sesenta pesos, pero nos toca de a doscientos ochenta pesos por cabeza **E:** ¿Micha y micha? **FO:** Micha y micha exactamente.

E: ¿Qué influyó en la decisión de contratar tv de paga?

Pues yo creo que en ese tiempo como era la única realmente, porque todavía no... había Sky, pero SKy es más caro, Sky es más caro y entons eso pues si ya nos acomodamos un poquito mejor a éste, a Cablevisión eso es lo lo que lo que mar... normalmente nos orilló a contratar ése.

¿Quién es la persona dentro de su familia que más utiliza este servicio?

FO: Yo y mi señora **E:** ¿Cuántas horas al día le dedica? **FO:** Úchale, no pues sí lo como aproximadamente como cinco horas diarias, sí a partir de en la tarde, a partir de en la tarde, un rato en la mañana vemos las noticias, una media hora una hora, y ya ya en la tarde pues ahí estoy viendo películas, estoy viendo, hay veces que hasta más tiempo la tengo prendida **E:** ¿No pasa un maratón de tres horas seguidas, son por lapsos? **FO:** No no no son horas seguidas, sí como no tengo ya nada que hacer en la tarde me la paso viendo mi televisión, películas y todo eso, y son películas que cuando menos duran una hora y media cada una, o sea de de la misma televisión como la que están ahorita (Señala hacia su sala con la televisión prendida y sintonizada en un canal) entonces aproximadamente eso pues yo le calculo cinco, seis horas diarias.

E: ¿Se reúnen con su esposa a ver éste tipo de programas verdad?

FO: No, no no, cada quien ve sus programas en su televisión, ella ve sus telenovelas y yo mis películas y mis y mí... yo a mí me gusta ver mucho las las noticias, las noticias veo mucho por ejemplo Discovery también lo veo mucho, me gusta mucho el Discovery, Cómo se hace que también viene en esos canales es del cuatrocientos y tantos para él, es del cuatrocientos uno, cuatrocientos dos (Discovery Channel), creo que al cuatrocientos (Natgeo Wil, Animal Planet, National Geographic, Travel Living Channel, etc), cuatrocientos doce (Aprende) algo así, que viene todo eso de Discovery y este lo que Cómo se hace y en fin todo ese rollo.

E: ¿A veces se reúne con otra persona a ver?

FO: Mmm muy raramente, aquí en la casa muy raramente, si no es con mi yerno para aquí para ver las peleas los sábados a veces, pero ya de vez en cuando, el fútbol lo veo solo yo aquí, sí el fútbol lo veo yo solo como el de ayer (Se refiere al partido de vuelta de la final del fútbol mexicano entre el Tigres y Santos) lo vi yo solo aquí, normalmente lo veo yo solo, los sábados no, los sábados me voy con un compadre o me voy por ahí o a ver a dónde ¿Pero sale, no ve televisión? No sí ¿Sí ve televisión? Sí bueno no no no así tanto, pero sí veo muy poco televisión, principalmente en la noche si es que ando de visita con mi compadre veo la veo peleas, pero si no voy a ningún lado aquí estoy, aquí estoy desde estas hora viendo televisión, si o más temprano estoy viendo peleas, estoy viendo eh programas, estoy viendo una serie de cosas, me gana el sueño me quedo dormido ¿Pero la televisión no se queda prendida o sí? Sí.

E: ¿Qué tipos de programas le gustan en la actualidad?

FO: Ps los que te señalé ya: Discovery, Cómo se hace, programas de culturales **E:** ¿Le gustan los culturales?

FO: Bueno esos por ejemplo, para mí son culturales no, porque te dicen muchas cosas, y los veo mucho y normalmente veo películas, veo películas, veo algún programa, alguna serie policíaca que me gusta y todo eso, veo series policíacas **E:** ¿Su contenido se centra básicamente en: noticias, poco de entretenimiento con las películas y de conocimiento y cultura? **FO:** Pues sí eso es también, no mucho, pero digo no las veo mucho muy seguido, pero sí me gusta pero no las veo muy seguido.

E: ¿Para usted cuáles son los canales que transmiten mejores contenidos en la televisión de paga?

FO: Canales, pues Discovery, coeh digo Discovery hay otro canal ahí junto no me acuerdo qué número es, es el cuatrocientos y tantos, es el este el Cómo se Hace que ahí te enseñan, te te dicen cómo se hace un puente, cómo se hacen las cosas, cómo se hace un lápiz si y todo eso, bueno ahí te muestran cómo se hacen las cosas, los demás pues ya no no hay, si acaso el el del Poli (Canal) el Once, pero de ahí ora ya no hay no hay programas culturales en la televisión no hay no... normalmente son telenovelas, son este programas de de de películas, de fin una serie de cosas, pero no programas culturales casi no hay en la televisión, a no ser que que los haya más en en en cuando sea un canal, digo un un este paquete más más grande me entiendes.

E: ¿Hay programas en la televisión de paga que no se transmitan en la abierta?

FO: Sí sí, digo normalmente la mayoría son de son de de canales de de de este cómo se llama canales de de de paga, digo los uni... y si trabajan los de de canal abierto, digo los de televisión abierta, o sea todos los canales de televisión abierta sí los se ven no, se ven aquí bien y todo no, yo normalmente ya en la noche hay unas series policíacas que me gustan, porque no son precisamente de de cómo te dijera yo de de estar matando a gente ni nada de eso, sino son ciencias, son policíacas ciencias **E:** ¿Son de investigación? **FO:** De investigación policíaca exactamente entonces están interesantes y éstas nomás la pasan en el cinco o en el siete en cualquiera de esos dos canales ya sea de televisa o ya sea de televisión abierta.

E: ¿Qué piensa de los contenidos que se transmiten por televisión de paga, son mejores o peores?

FO: Pues yo creo que hay de todo no no precisamente no te podría yo precisar que como casi no los veo yo esos, los los contenidos por ejemplo en el dos raramente los veo, el que veo yo por ejemplo es Tercer Grado que son miércoles que son de política y hablan de los presidentes o de los presidenciables o lo que, o de cualquier cosa te hablan, pero eso namás los miércoles, digo ya luego los los del cuatro por ejemplo que son este noticias, no más bien son noticias en la tarde, entonces lo veo un rato también y si ya, luego en en el trece luego también pasan, este cómo se llama pasan este pues programas de ese tipo no, pero son más raros son son lo que pasa que casi toda la televisión de de televisión abierta son de normalmente son casi pura telenovela, pura telenovelas son, por ejemplo en el dos, en el en el trece, en el once algunas luego en el nueve, en fin todas esas son son y los que pasan este las series que te digo pues es en el cuatro y en el...en el cinco y en el siete, ya en televisión de paga también ya pero ya son canales más arriba ya son del doscientos para arriba que sólo pasan ese tipo de de cómo se llama de de este de programas de de investigación policíaca.

E: ¿Usted creció viendo la televisión abierta?

FO: Sí **E:** ¿En sus tiempos cómo era la televisión? **FO:** De la patada (Risas) pues sí porque nomás no o sea no había tantos canales, de hecho no había tantos canales nomás existía el dos, cuatro, el cinco por ahí, el nueve, Televisión Azteca no existía era **E:** ¿El ocho? **FO:** No el ocho no no no me acuerdo tenía otro nombre antes que fuera televisión Azteca, y era creo que del gobierno me parece si no más recuerdo algo así por así por el estilo hasta que lo compró el... **E:** ¿IMEVISIÓN? **FO:** IMEVISIÓN exactamente, entonces en ese tiempo nomás había esos canales **E:** ¿Pero en ese tiempo usted trabajaba y era menos? **FO:** Ahh no sí si yo tengo apenas tengo cuatro años que soy jubilado, digo y cuando yo trabajaba yo na más venía yo a verla un rato en la noche y un par de...un par de horas **E:** ¿Llegaba cansado? **FO:** Si unas dos horas cuando mucho y ya a dormir no más.

E: ¿Sigue viendo programas y canales de la televisión abierta?

FO: Sí **E:** ¿Por qué? **FO:** Porque son te digo que son dos canales muy básicos de de de televisión abierta que es el cinco y el siete, y que son los canales que te estaba yo señalando los programas que te estaba yo señalando de de este de investigación policíaca y son muy buenos la verdad a mí me gustan mucho, digo porque ojalá y aprendieran algo los de aquí, cuando menos la policía normal no, que aprendieran algo de eso, aunque sabe uno que es ciencia ficción, pero tiene mucho de verdad, en investigación tienen mucho de verdad entonces por eso a mí me gustan mucho.

E: ¿Cree usted que hay diferencias entre las familias que ven Tv abierta y de paga?

FO: Hay alguna diferencia, pues yo pienso que es dependiendo el gusto, ta bien a mí ahorita por ejemplo estoy viendo una una película en el siete ira ahí está (señalando a la televisión, en el canal siete), estoy viendo una película en el siete y es una película, fueron tres series de películas de este tipo, o sea son tres películas de la misma del mismo rango que son iguales, pero son series entonces, hasta ahí me quedo yo, hasta ahí me quedo luego si ya me aburro en esas le cambio algún canal de de paga, y eso es todo nada más, o sea cualquier canal de paga le busco ahí le estoy buscando, si me gusta ese ahí lo dejo, y si no le doy o sea normalmente le estoy cambie y cambie cuando cuando no no me gustan los programas, hasta que me encuentro uno que me guste, y cuando no me gusta ni uno de plano le cambio al Discovery todo eso.

E: ¿Entonces ahí sí hay un poco de diferencias, porque usted puede ver un canal de cultura, conocimiento y hay familias que no tienen esa oportunidad?

FO: No uno cuando tiene desgraciadamente no tienen esa posibilidad de tener una una televisión de paga, digo un un paquete de paga, pues digo se tienen que aguantar a las de a las de canal abierto no, y canal abierto realmente es muy digo creo que de hecho no lo hay no, digo no lo hay nomás si acaso sería el del Poli, el del Politécnico y el veintidós que serían nada más no, pero de ahí en fuera son puras noticias, o o telenovelas, o películas, o o todo ese rollos, o caricaturas incluso en el por ejemplo en el cinco ahorita son puras caricaturas

E: ¿Son más limitados? **FO:** Ya más limitado ya después de las ocho de la noche o nueve de la noche ya empiezan este otro tipo de programas en el en el cinco, pero en el siete sí, pero normalmente te digo en ese ese en todos los canales éstos de canal abierta, digo no hay casi canales culturales todos son de telenovelas te estoy ha... estamos hablando del dos, estamos hablando del incluso del cinco, estamos hablando del nueve, estamos hablando del incluso del once también luego de repente se avientan sus telenovelas una series de telenoveleras y el trece **E:** ¿Y por ejemplo en la televisión de paga como usted dice esta el Discovery, el History que son canales específicos? **FO:** Sí no digo ese ese si no es ahí se queda no digo y esa es la ventaja de tener de este en un momento dado este televisión de paga, porque pues te aburren los del canal abierto pues le das le das a los de paga y el el que te guste pues ahí le dejas, o sea esa es la ventaja.

E: ¿Qué cree usted que pasaría en su familia si (alguien) tuvieran que prescindir de la tv de paga?

FO: Pues yo creo que no pasa nada, mira yo creo que el día que se llegue a cancelar una, algún cliente que se llegue que llegue a cancelar la televisión de paga es porque no puede pagarla y ya, eso es obvio o no, o ya no le gustó a lo mejor que quiere algo más barato, porque ahorita están en la actualidad están este paquetes de otro tipo de de de este pues de empresas que te están dando oportunidad de por ejemplo están Dish que te dan ciertos canales por ciento cuarenta y nueve pesos no, entons está mucho más barato y mucha gente está agarrando ese tipo de canales y te... y se ve muy bien, también se ve muy bien.

E: ¿Me comentaba que también tiene Dish?

FO: Bueno lo quiero cancelar porque no, de hecho es porque no veo la televisión en ésta, porque ésta la tengo en un cuarto nomás para cuando vengan algún amistad o algo de eso, pero pues ni viene ni nada y tengo ya dos años con ella y estoy pagando, no estoy pagando gran cosa son ciento, ciento treinta pesos porque como yo pago por anticipado me descuentan veinte pesos, entonces este digo ya no, ya la quiero cancelar, pero tengo un problema precisamente, por eso porque me piden muchas requis...una serie de... yo se los dije porque ya me peleé con ellos porque para mí son burócratas, digo y y, pero sin embargo lo entiendo que son sus reglas, son sus reglas de ellos no y son su sus modos de ser, porque me piden que les mande una carta, que un e-mail, que que un eso que si lo otro para poder yo cancelarla, entons mejor ahí la tengo, digo no, digo lo que pasa que en un momento dado la dejo de pagar y no me interesa lo que hagan, digo no me pueden no me pueden no me pueden hacer absolutamente no pago pues no me dan el servicio me lo cortan y ya eso es todo nada más lo que puede pasar, porque eso sí, dejas de al al siguiente día que que se te cumple el día primero por decir algo y al día dos o al días tres que no pagaste ¡chin! Luego luego te cortan el servicio, pero cuando no hay luz o alguna manera o ellos están arreglando sus porquerías de aparatos se tardan dos o tres días y nadie te los repone, ésta es la bronca **E:** ¿Y ellos sí quieren puntualidad? **FO:** Exacto

E: ¿En su experiencia usted que ha visto televisión abierta y de paga qué factores contribuye a que las personas busquen mejores alternativas?

FO: Pues yo creo que mira, las alternativas son las mismas que yo te he señalado no, digo porque no tiene no tiene, no hay otra no hay opción digo porque realmente las alternativas que tú tienes para ver para para para pagar un un paquete de televisión de paga y otro y el paquete de de canal abierto, digo es muy difícil, digo o haces una cosa o haces la otra, digo creo que no me entendí bien, digo digo puedes puedes tener el el como yo la tengo ahorita y prescindir también de los canales abiertos y dedicarse a ver los de paga para disfrutarlos, porque son los que te dan más amplitud de programación mmm como: series, como comedias, como todo ese serie de rollos, igual las de las de las de canal abierta, pero no tanto no tanto como la de las de televisión de paga

E: ¿Usted tiene la posibilidad de contratar pagos por evento, ha contratado?

FO: Nunca me ha gustado **E:** ¿Por qué? **FO:** No me gusta (Conversación con su nieto) no no no no ni tengo necesidad ni quiero, no me gusta, digo no es que no me guste si, luego hay programas muy buenos algunas películas a la mejor que que están en cartelera buena y todo entonces puedes pagar, pero no me aguanto y no no, la realidad no me gusta contratar ni las peleas estelares, como ya las están televisando que son las que veo bien y todo, las peleas las pasan por canal abierto, por televisión abierta ya sea el cinco o el siete **E:** ¿Aunque sea un poco diferida? **FO:** Sí digo la que la pasan más directo es Televisa, la que la pasan diferida son en Canal Trece (En realidad es en el Siete) ese sí las pasan diferidas, por eso las pasan hasta la once o doce de la noche, y en cambio en Televisa sí la pasan casi directas no.

E: ¿Algún otro beneficio que le ha traído la televisión de paga, algún otro?

FO: Pues como qué mmm pues nomás es conocer un poquito más de todo eso es todo, pero hasta ahí nada más eh, digo las series televisión de de televisivas pues no no te no te dan ninguna pauta como para que se te quede grabado, a mí me gustan vuelvo a repetirme no las series de policíacas que son de investigación investigación, digo no de nomás estar matando gente ni nada de eso no no, porque ahí hay yo veo en algunos programas de televisión que que este que se ve en la investigación cómo la hacen, qué es lo que hacen, por

ejemplo huellas digitales una serie de de chivas que que normalmente uno ni sabe no y pienso yo que eso ya lo tienen que que que adaptar en muchos países no entre esos México, no sé si en México ya lo cedan, pero parece que por ahí está el asunto, ahí está el ese plan catorce o o búnker catorce que está aquí por Villa Coapa o algo así.

E: ¿Me mencionaba que le gustan programas deportivos, cuáles son?

FO: Todo lo que es el fútbol, si menos...de las luchas me gustan, pero como son tan fantoches **E:** ¿Pero qué tipo de luchas mexicanas o extranjeras? **FO:** Pues las dos, pero el digo las veo muy poco de que empiezan hablar como los huastecos olvídate ahí se acaba el encanto no, se quieren dar hasta con bueno con lo que encuentran, pero hasta ahí nada más cuando empiezan a hablar mejor le cambio, no no y y por ejemplo son muy fantoches digo la verdad, por ejemplo en Estados Unidos son fantochísimos y en aquí en México también, digo está bien que estén hechos unos atletas y tienen que tener mucha agilidad y tienen que saber caer, pero de que son bufones son bufones, eso sí de los lados eh, de los dos lados saben luchar, saben defender, y saben hacer muchas cosas y tienen mucha agilidad, pero de que son pantomimas son pantomimas, pantomimas pero vista eso sí, y el Box es diferente, en el Box no hay pantomimas, me gusta también el King boxing por ejemplo pero **E:** ¿éste no lo pasan en televisión abierta? **FO:** No no ese es en esta Cablevisión y en Fox Sports creo me parece **E:** ¿UFC? **FO:** Sí sí las veo **E:** ¿De fútbol que tipo? **FO:** Todo, todos los tipos de fútbol **E:** ¿mexicano, europeo? **FO:** De todo eso si lo veo eso sí, tengo tengo son como cuatro canales de de de televisión de paga que son de puro fútbol **E:** ¿Cuáles? **FO:** Es el quinientos, quinientos uno (TDN), quinientos dos (GolTv), quinientos tres (TVC Deportes), quinientos cuatro (Fox Sports), quinientos cinco **E:** ¿Los nombres no se acuerda? **FO:** No pues ese es ahí vienen el Fox Sports, el ay ay como se... el ah ah qué, son es que son nomás dos dos compañías las que la contratan, si porque el Discove... el este el Sky es otro el Sky tiene otro y ay, por ejemplo aquí televisan el el fútbol alemán, el argentino, **E:** ¿GolTv, TvC Deportes? **FO:** Mande sí, el este el argentino, el el incluso el mexicano y de segunda división **E:** ¿TDN? **FO:** TDN exactamente, o sea son varios canales los que que pero normalmente yo veo lo en México los... de aquí que pasan en televisión abierta aquí los veo yo **E:** ¿Por ejemplo mañana se va echar el de la final de la UEFA (2012)? **FO:** El domingo a no el de la UEFA sí sí el del Bayern Múnich contra el Chelsea sí y es a la una quince precisamente estaba yo viendo ahorita **E:** ¿Ya casi lo programó? **FO:** Sí sí sí **E:** ¿Por ejemplo otros deportes que le gusten además del fútbol? **FO:** Mmm **E:** ¿Le gustan las mesas de debate de fútbol? **FO:** Sí sí sí por ejemplo bueno, el el en el precisamente en el quinientos y tantos hay hay tres cabecillas que están ahí, están este Fernández **E:** ¿José Ramón Fernández? **FO:** José Ramón Fernández, está este el (Rafael) Puente, está este **E:** ¿Los de ESPN? **FO:** Todos sí sí sí todos eso, todos esos son de... y en televisión de de abierta pues sí ese es otro boleto no, por eso no es diario, no es diario sale por ejemplo, después del noticiero de López Dóriga en el dos, empieza televisa este TVC Deportes pero es como media hora nada más y son cositas nada más, no son debates no, los debates creo que son los domingos con ellos, por La Jugada en fin todo ese rollo, también en en este el canal trece también igual.

E: ¿Cuántos televisores tiene en su hogar con cable?

FO: Dos **E:** ¿Y con Dish? **FO:** Una **E:** ¿Serían tres? **FO:** Serían tres

E: ¿La Tv de paga como medio de comunicación es importante en el entorno social?

FO: Sí es indispensable ya pa los hogares ya la televisión así pues no, es como la radio, la radio antes era lo más indispensable que puede haber, a por que no había televisión, había la el por donde te enterabas, si no fuera en medios comunicativos me refiero yo por ejemplo la radio estaba el periódico que sigue existiendo el

periódico no, en un medio de noticias no, digo pero ahora ya desde que, desde que el este... la radio sigue siendo importantísima eh, yo voy a caminar un rato en la mañana, me pongo mi celular y voy oyendo las puras noticias no te oigo ni música **E:** ¿Quiere decir que sale a caminar? **FO:** Un rato sí me salgo como a las nueve y media **E:** ¿Qué escucha? **FO:** La ochocientos la 88.9 (fm) puras de puras este son puras noticias ahí **E:** ¿Cuántas horas le dedica a la radio? **FO:** Una hora cuando mucho en lo que camino nada más, una hora y cuarto **E:** ¿Y después en la tarde? **FO:** No ya en la tarde ya no ya no, como ya está la tele... las noticias a partir de las doce o una de tarde, pero no a esas horas es na más las veo un rato si acaso me salgo voy a... pero ya cuando cuando empiezo a ver ya la televisión en forma es a partir de las tres de la tarde ya empiezo a ver las noticias del canal cuatro por ejemplo con Paola Rojas todo eso en el cuatro, en el siete, casi en él no me gustan las noticias del del Canal Trece **E:** ¿De Tv Azteca? **FO:** No, no sé hay como hay gente muy sangrona principalmente también con los que narran el fútbol pinchi mono de **E:** ¿Martinoli? **FO:** Híjole y el otro idiota no hombre, digo no hombre se creen los reyes del mundo deberás digo narrables que son unos calabazas eh saben sí saben yo no digo que no sepan pus, este este cómo se llama el que era futbolista este **E:** ¿Luis García? **FO:** Luis García, digo digo pues fue seleccionado y todo pues cómo no va a saber y el otro, pero uta son sangrones para narrar son sangrones, o sea sí saben mucho y saben narrar bien pero son muy sangrones para narrar **E:** ¿Los partido de la Selección los ve por Televisa o TDN? Normalmente sí o TDN sí los veo por Televisa normalmente, son un poquito serios para narrar ahí aunque también son bien sangrías todos eh, digo pero sí son más más este un poquito más serios para narrar.

E: ¿Lee periódico?

FO: Sí no no sí leo periódico, pero leo normalme... hay un periódico que está saliendo que se llama el Basta trae de todo, trae de todo, trae de artistas, trae de todo, trae noticias, trae crímenes, trae de todo, como todos los periódicos amarillistas porque todos son amarillistas no hay uno que no sea amarillista eh, que no me digan que el Reforma, que el Milenio todos son err todos son este, El Universal todos son amarillistas de alguna manera, y los crímenes bueno los tienes que leer, los tienes que ver porque te eh estás leyendo el periódico, pero hasta ahí nada más **E:** ¿Lo compra diario el periódico? **FO:** Éste sí lo compro diario **E:** ¿Cuándo va acorrer pasa por su periódico? **FO:** Sí después de correr a donde yo termino de correr tomo el camión ya subo y paso al puesto de periódicos, ya me lo apartan y ya este...

E: ¿Y de libros Don?

FO: Qué crees mira la verdad te voy a ser sincero, sí me gustaría mucho leer libros y siempre me ha gustado leer libros, pero soy tan pinche papa oído para leer libros que que que me da flojera leer tantas letras, enserio me da mucha flojera aparte de eso que la verdad tengo muy poca retención para que se me queden las cosas, entons eso me da mucho coraje a mí por eso no **E:** ¿Pero sí le gustan? **FO:** Sí sí me gusta **E:** ¿Qué tipo de literatura? **FO:** Pues la que salga no tengo en algo en especial, porque nunca los he leído a cien si acierta eh, leo unas dos tres hojas y me empieza a dar sueño, serio me empieza a dar sueño, sea que no tengo yo cabeza para leerlo, y me da mucho coraje eso, y entons acabo por botarlo, deberás me da mucho coraje no tener ehh poder de retención para los libros ni nada de eso, pero a mí sí me gustaría haber leído, o me gustaría leer incluso, digo porque yo sé que es un modo de entretenimiento muy bueno, y yo sé que es muy bueno para el cerebro, porque te hace te hace que tu cerebro funcione bien y no al rato te va a dar el del cuate este el Alemán (El señor se refería al Alzheimer)

E: ¿Visita museos, teatros va a conciertos?

FO: No no no casi no ya tiene, antes de más joven sí, pero ahora ya no, no ya no, ahora ya tiene muchos años que no voy ni: teatros, ni conciertos, ni nada, ni muesos no nada eso ya no, casi no salgo yo de la casa.

E: ¿Y cuándo tiene apagada la televisión?

FO: Me salgo un rato, bueno estás hablando en el día **E:** ¿Sí? **FO:** No me salgo un rato **E:** ¿Va a platicar con los vecinos? **FO:** Sí luego me pongo a platicar con el que me encuentre y si no hay nadie pues me siento un rato allá arriba a babosear y eso es todo nada más, o hay veces que me voy a ver a mi hermana o voy a ver mis hijos en fin todo eso **E:** ¿Entonces no le dedica a estar sentado? **FO:** No no no, hace rato me había yo salido un rato fui a dar una vuelta por allá, pero la televisión sí sí se queda prendida.

E: ¿En su televisión se ve la televisión abierta con una antena normal (Aire)?

FO: No ésta no ésta **E:** ¿Si quita el cable? **FO:** Se ven muy feos, se ven muy feos, tengo problemas precisamente porque el Dish es así, el Dish tengo que por ejemplo para para cambiarle yo de de para que me dé señal de Dish le tengo que poner en el tres y entons prender el el control del Dish y ya empiezo a ver los canales del Dish y se ven muy bien, pero cuando ya quiero canales de televisión abierta, digo se empie...distorsionan las imágenes y todo eso y no sé porque todo esto y está muy alto el edificio si no... hace rato ora en la mañana estaba yo arreglando la televisión precisamente a ver si yo podía y ya parece que ya se ve un poquito mejor **E:** ¿Cree usted que eso es una parte de lo que influye para que las personas vean mejor? **FO:** Sí sí porque hay lugares que no se ve nada mano de televisión abierta hay lugares que no se ve nada, y más cuando están las barrancas ni nada de eso peor todavía tantito eh no pasa la señal tienen unas antena como de diez metros de alto mano y que eso todavía le les no les funciona.

E: ¿Ha notado si en su comunidad ha cambiado el escenario urbano con las diferentes antenas de televisión de paga?

FO: O sea me estás dando a entender que se ve mal **E:** ¿No, si usted ha notado que cada vez hay más antenas? **FO:** Ah no sí sí sí sí... antes aquí arriba de...digo yo creo que orita en este edificio fácilmente yo creo que hay como una diez o quince personas que tienen televisión de paga **E:** ¿Y antes no? **FO:** Antes no sí no se veía, tenían su antenita ahí sufriendo y todo se robaban la señal, porque ya vez que antes se podía, en la precisamente en esa se podía uno robar la señal yo tarde como un año así robándome la señal **E:** ¿Sí? **FO:** Un año dos años tarde **E:** ¿Pero fue por lo mismo? **FO:** No no a raíz de que ya metieron la la televisión digital, ya digital todo, entonces sí ya, porque Cablevisión no tiene antenas es cable es puro cable, puro satélite te digo no sé qué es cosa o no sé, pero no tiene cables como como el Dish, digo este perdón antena como el Dish, como el Sky y no sé qué otro el MásTv también que pertenece MVS, entonces todos esos tienen su su antena **E:** ¿Y a usted le gustan los colores las antenas amontonadas? **FO:** Pues mira, no pues si vas volteando vas viendo y todo eso y aunque no te guste qué puedes hacer, ni modo que oye sabes que tu antena no me gusta ese color cámbiame la rosita por decir algo o no azul, o blanca no **E:** ¿Pero sí está cambiando el entorno? **FO:** No es que lo que pasa que yo pienso yo que cada empresa tiene su color, eso es a fuerza por ejemplo Discovery es son roja (En realidad quiso decir Dish) y el plato es chico, el el MásTv (En realidad es Vetv) es más grande y este y ese plato es un azul pero no es un azul claro, el VeTv exactamente **E:** ¿Y el Sky es gris? **FO:** el Sky es gris exactamente, si no no no pues sí se distorsiona la la la la imagen de de de vista, pero pues no puedes hacer nada, pero que utilizan tantas porquerías de esas, mira yo por mí no me interesa, yo te lo digo, a mí no me interesa si se ven de mil colores, yo lo que quiero que se vea mi televisión bien y punto, y lo demás...eso sí

yo lo tengo aquí a dentro dices pues ¡ah chihuahua! entonces sí no, o allá afuera, no pero es más yo te apuesto lo que quieras si preguntas a mil, yo creo que noventa y nueve errr, novecientos noventa y nueve te van a decir que nos les interesa el color de las de del las antenas, con que se vea bien la televisión es con eso ya tienes no. **E:** (Sería todo) **FO:** Órale Pues **E:** (Muchas gracias).

Nombre: Pedro Abraham García Castañón

Nivel escolar: Prepa

Ocupación: Estudiante

Nombre del servicio: Cablevisión

Entrevistador: ¿Cuáles fueron las razones que lo motivaron a adquirir tv de paga?

PA: La televisión de paga, los canales de deportes **E:** ¿Cómo qué canales? **PA:** Fox Sports, TDN y ESPN 2.

E: ¿Recuerda su primer día con el servicio, podría describirlo?

PA: Desde hace un año y medio **E:** ¿Anteriormente contabas con otro? **PA:** No televisión eh normal. **E:** ¿Recuerdas tu primer día con el servicio? **PA:** No no lo recuerdo.

E: ¿Qué influyó en la decisión de contratar tv de paga?

PA: Mi hermano y mi papa **E:** ¿Ellos decidieron? **PA:** Sí decidieron ellos **E:** ¿Por qué? **PA:** Porque les llamo la atención los canales que contenía el paquete **E:** ¿Ya tenían la intención de contratar cable? **PA:** Ya porque era muy aburrido los canales normales porque siempre repetían lo mismo ajá.

E: ¿Por qué decidió adquirir el servicio con esta compañía y no con otro?

PA: Porque con esta, porque te da un mejor servicio, te da mejores canales y te da un mejor servicio de pagarlo ajá **E:** ¿Cuentas con algún otro servicio además del cable? **PA:** Sí el Internet de Cablevisión **E:** ¿Y también el teléfono? **PA:** El teléfono no **E:** ¿Nada más tienen dos servicios con ellos? **PA:** Ajá

E: ¿Quién es la persona dentro de su familia que más utiliza este servicio?

PA: Servicio yo, y mi hermana el Internet, mi mamá a veces la televisión **E:** ¿Cuántas horas al día ves televisión de paga? **PA:** Na más en las tardes como unas cuatro horas.

E: ¿Qué tipo de programación ven?

PA: Las telenovelas, los deportes y las caricaturas.

E: ¿Se reúnen en familia para ver algún programa de la tv de paga?

PA: A veces los de fútbol, y las películas. **E:** ¿Fines de semana también? **PA:** Sí fines de semana también

E: ¿Mencionabas que te gustaban los deportes, que otros programas te gustan en la actualidad de la televisión de paga?

PA: Las de música, las de variedad como son de cultura y todas esas.

E: ¿Cuáles son los canales que para ti transmiten mejores contenidos de televisión?

PA: Son los de noticias **E:** ¿Me podrías decir los canales? **PA:** De noticias el trece y el dos.

E: ¿Hay programas que veas en la televisión de paga que no se transmitan en la abierta?

PA: Sí **E:** ¿Cuáles? **PA:** Nickelodeon, Disney, y los de películas.

E: ¿Qué piensas de los contenidos que se transmiten por televisión de paga?

PA: Que pienso de los contenidos, que a la vez son buenos, pero a la vez no son buenos, luego transmite pura publicidad para que contratemos más, para que paguemos, no para que contratemos un mejor servicio de Cablevisión por eso.

E: ¿Desde tu perspectiva quién transmite mejores contenidos?

PA: Cablevisión, la televisión de paga **E:** ¿Algo más que te guste? **PA:** Los de música.

E: ¿Tú creciste viendo la televisión abierta?

PA: Ajá **E:** ¿Qué tanto te has desligado de ella? **PA:** Desligado mucho, porque a la vez, a la vez no transmiten los mismos canales que los de paga, por eso **PA:** ¿Ha disminuido tu consumo de televisión abierta?

PA: Ajá **E:** ¿Hay ocasiones en las que puedes ver el mismo programa en la televisión abierta y en la televisión satelital? **PA:** No **E:** ¿Si llegara a empalmarse en cual la verías? **PA:** En la normal **E:** ¿Por qué? **PA:** Por qué, porque es mucho mejor la televisión normal.

E: ¿En tu televisión se ve bien la televisión abierta sin el cable o necesitas ponerle el cable?

PA: Con el cable necesitamos ponerle **E:** ¿Con antena área no agarra bien? **PA:** No **E:** ¿Crees que eso también influyó? **PA:** La verdad sí.

E: ¿Con quién platicas acerca de los contenidos de televisión?

PA: Con mi papá **E:** ¿Qué tipo de conversación es? **PA:** Los deportes, noticias, culturales, de música **E:** ¿Qué tipo de programas culturales te gustan? **PA:** Culturales el Discovery Channel, el Geographic, y el demás **E:** ¿Qué estás aprovechando de esos contenidos? **PA:** Aprovechando saber lo que pasa en el planeta, cultura de otros países, su comida, sus raíces y todo eso **E:** ¿Crees que eso no lo encuentras en la televisión abierta? **PA:** No eso no **E:** ¿Ya lo has comprobado? **PA:** Ya.

E: ¿Podrías decirme el promedio de horas dedicado a ver televisión de paga y tv abierta?

PA: De paga, de paga son como cinco horas y de normal son como tres horas **E:** ¿Al día o a la semana? **PA:** Al día.

E: ¿Cree usted que hay diferencias entre las familias que ven Tv abierta y de paga?

Entre las familias de la televisión abierta es que siempre ven los mismos las mismas canales siempre, y en la televisión de paga siempre ven aunque sea lo mismo pero ven rara la vez diferentes cosas nuevas **E:** ¿Es decir, van apareciendo nuevas? **PA:** Ajá.

E: ¿Qué cree usted que pasaría en su familia si (alguien) tuvieran que prescindir de la tv de paga?

PA: Prescindir ya no estaríamos tan informado a lo que pasa en el mundo con las nuevas perspectivas que está dando el servicio **E:** ¿De algún modo te afectaría? **PA:** De algún modo no porque de todos modos es un servicio **E:** ¿No pasa nada? **PA:** No no pasa nada **E:** ¿Regresarías a la televisión abierta? **PA:** Ajá sí

E: ¿En su experiencia qué contribuye a que las personas busquen mejores alternativas?

PA: No pues esa...pues a la vez está bueno porque ya ves nuevos canales te enfocas al a las nuevas pres perspectivas que está dando el servicio.

E: ¿La Televisión de paga de ha traído beneficios?

PA: La televisión de paga a la vez sí, y a la vez no, a la vez si porque ves luego canales que dices no pues, voy a ver de qué es este canal no te enfocas ahí y mira me interesó mucho y a la vez no, porque a la vez como que estás gastando mucha en ver puro televisión de cable.

E: ¿Cuántos televisores tiene en su hogar?

PA: Como tres **E:** ¿Y en los tres tienes el cable? **PA:** Sí

E: ¿La Tv de paga es importante en el entorno social?

PA: No porque a la vez está generando a que te enfo te enfoques a a ese medio de televisión, o sea que estés las horas pegadas ahí todo el rato, eso no es bueno **E:** ¿Crees que el hecho de tener televisión crea una cierta adicción? **PA:** Ajá de estar viendo éste no me gustó le cambio, y éste no me gustó y así te vas a pasar **E:** ¿Pero te vuelves más selectivo? **PA:** Ajá.

E: ¿Ha notado si en su comunidad ha cambiado el escenario urbano con las diferentes antenas de televisión de paga?

PA: Si la neta sí **E:** ¿Qué tanto ha cambiado en tu comunidad? **PA:** Mmmmm mucho **E:** ¿Antes eran pocas los hogares con televisión? **E:** Ajá sí.

E: ¿Antes de tener televisión de paga utilizabas otros recursos como DVD?

PA: Ah sí DVD sí **E:** ¿Aún con el servicio sigues comprando DVD para ver películas? **PA:** Sí.

E: ¿Escuchas radio?

PA: Sí **E:** ¿Cuántas horas de radio? **PA:** Tres horas **E:** ¿Qué programas de radio? **PA:** Los 40 principales, la KeBuena, Radio Universal Estéreo y Beat 100.9.

E: ¿Lees prensa escrita?

PA: Sí **E:** ¿Qué periódico lees? **PA:** El Gráfico, El Universal y el Opciones **E:** ¿Cualquiera? **PA:** Cualquiera de esos tres **E:** ¿Diario compras el periódico? **PA:** A veces.

E: ¿Libros?

PA: Libros rara la vez **E:** ¿No te gusta leer? **PA:** Algo **E:** ¿Cuántos libros lees al mes en promedio? **PA:** Como dos.

E: ¿Acostumbras visitar museos, teatros?

PA: Rara la vez **E:** ¿Sólo cuando es de la escuela? **PA:** Mmju

E: ¿Acostumbras jugar con tus amigos?

PA: Ajá **E:** ¿Diario? **PA:** Sí diario **E:** ¿Cuántas horas? **PA:** Unas dos horas **E:** ¿Tú tiempo está entre la escuela, la televisión y el ocio?

PA: Sí.

Nombre: Salvador Mendoza

Nivel escolar: Último Semestre

Ocupación: Desempleado

Nombre del servicio: Dish

Entrevistador: ¿Cuáles fueron las razones que lo motivaron a adquirir tv de paga?

SM: Televisión de paga por la programación, tener más programación **E:** ¿Cuánto tiempo tiene que cuentas con el servicio? **SM:** Como un año **E:** ¿Alguna otra cosa que haya influido? **SM:** Pues que hay más canales tienes más opciones para ver, más opciones.

E: ¿Por qué decidió adquirir el servicio con esta compañía y no con otro?

SM: Porque es un cargo para el recibo **E:** ¿Tienes Internet? **SM:** Mmju **E:** ¿Los tres en el mismo recibo? **SM:** Internet, Dish, teléfono **E:** ¿Es tu primera vez con televisión de paga? **SM:** Es la primera vez

E: ¿Quién es la persona dentro de su familia que más utiliza este servicio?

SM: El Internet pues los niños o el Dish, el Internet los niños por la escuela **E:** ¿Y tú la televisión? **SM:** Así es **E:** ¿Cuántas horas le dedicas a la televisión de paga? **SM:** Unas dos horas diarias.

E: ¿Se reúnen en familia para ver algún programa de la tv de paga?

SM: No.

E: ¿Qué programas ven y qué beneficios han obtenido de éstos, Podría mencionar cuáles les gustan en la actualidad?

SM: Pues los de películas, lo que más me gustan son películas **E:** ¿De qué género? **SM:** De acción **E:** ¿Qué canales? **SM:** El que es el 221 (Space) y el 602 (TNT), 603 (CineMax), 604(The Filme Zone) que son dónde están las películas.

E: ¿Sigues viendo la televisión abierta? **SM:** Mmju **E:** ¿Cuántas horas? **SM:** Como media hora **E:** ¿Es menos? **SM:** Mmmju sí lo que pasa es que estoy aquí en la sala, na más tengo en la sala el Dish y este en la recámara pues tengo la televisión normal la abierta **E:** ¿Únicamente tienes en una televisión el servicio? **SM:** Mmju.

E: ¿Hay programas de tv de paga que no se transmitan en la televisión abierta?

SM: Sí muchísimos **E:** ¿De qué género? **SM:** Por ejemplo como el de Discovery, el de la Historia (History), todos esos programas **E:** ¿Te gustan ese tipo de canales, por qué? **SM:** Aprendo mucho **E:** ¿Cómo qué tipo de programas ves ahí? **SM:** Pues de historia sobre todo de historia, de cultura **E:** ¿Te llama la atención? **SM:** Sí la historia de todo como se fue formando la tierra, el planeta, este de la biblia de este de los romanos de todo eso **E:** ¿De algún modo te beneficia? **SM:** Sí para cultura.

E: ¿Qué piensa de los contenidos que se transmiten por televisión abierta?

SM: Pues son buenos, pero pues yo como la verdad no estoy en el día na más llevo en la noche, pues hay comedias **E:** ¿Y tú prefieres cambiarle? **SM:** No no prefiero cambiarle sino como lo tengo en la recámara **E:** ¿No te queda de otra? **SM:** Ajá entons pues ya para dormirme pongo la tele tantito quince, veinte minutos, media hora, ya si mi esposa está viendo una telenovela pues ya la veo y así.

E: ¿Desde tu perspectiva quién transmite mejores contenidos la abierta o la de paga?

SM: Pues la de este la paga, que luego es muy repetido eh, se repite mucho las películas y los programas.

E: ¿Tú creciste viendo la televisión abierta por qué no seguirla viendo?

SM: Sí pues porque tienes una opción más.

E: ¿Con quién platica acerca de los contenidos de la tv?

SM: Ah pues con cualquier persona, ahorita nos pusimos a platicar de de historia, de cultura, de la evolución, de la creación **E:** ¿De programas que has visto? **SM:** Mmmju si porque no me gusta leer **E:** ¿No te gusta leer? **SM:** No, inclusive tengo películas de de historia, tengo como veinte películas de la segunda guerra mundial, o sea todo eso me gusta **E:** ¿No te gusta leer, pero te gusta ver las imágenes? **SM:** Sí por ejemplo de la segunda guerra mundial son veinte pelí... son como veinte tomos y esos los veo en DVD, ni siquiera es televisión abierta ni de paga **E:** ¿Entonces además de la televisión de paga tienes el recurso de los DVD? **SM:** Mmju, tengo audiolibros **E:** ¿De qué te gusta? **SM:** De todos de la biblia, pero viene de la biblia, viene pues del inicio lo que es el génesis, la biblia lo que es el apocalipsis, todo eso me llama la atención **E:** ¿Audiolibros de literatura? **SM:** Pues leí pocos, pero bueno escuché pocos ahorita na más me acuerdo.

E: ¿Cree usted que hay diferencias entre las familias que ven Tv abierta y de paga?

SM: Pues si te metes a los programas de de cultura sí **E:** ¿Podrías ahondar? **SM:** Pues que tienes conocimiento puedes hablar cualquier tipo de diálogo, en base a las pues a la cultura el saber de los animales de cómo se hizo el planeta, cómo va evolucionando, que animales existieron, por qué se acabó este por qué se acabó la vida en el planeta **E:** ¿Y en la televisión abierta no lo encuentras? **SM:** Pues no es muy raro solamente en el once, y eso son programas chatos.

E: ¿Qué cree usted que pasaría en su familia si (alguien) tuvieran que prescindir de la tv de paga?

SM: No no afectaría **E:** ¿Te seguirías auxiliando de los DVD? **SM:** Si no no no afectaría a la familia eh nada.

E: ¿En su experiencia qué contribuye a que las personas busquen mejores alternativas?

SM: Tener más opciones de canales, luego es muy monótono ver siempre los mismos lo que hay en la televisión este abierta y aquí luego ya te ponen pues hay variantes de caricaturas todo el día toda la noche para los niños, de películas aunque las repiten, pero pues son muchas películas las que hay **E:** ¿En ese sentido te ayuda tengas canales específicos y no depender de los abiertos? **SM:** Así es como ahorita mi hija está viendo caricaturas, bueno está jugando pero viendo las caricaturas.

E: ¿La televisión de paga te ha traído algún beneficio?

SM: Pues nada más te digo un poco en la cuestión de cultura, transmite cosas que luego te ayudan no, que desconocías.

E: ¿La Tv de paga como el Internet se vuelve importante en el entorno social?

SM: Pues se vuelven importantes, pero descuidamos otras cuestiones **E:** ¿Cómo qué? **SM:** Pues como el las actividades de jugar, el que antes se ponían a jugar fútbol en la calle vóleibol, este corrían, se escondían, hay muchas actividades que eran más sanas porque ya te metes al Internet, te metes a estos canales, te metes a los videojuegos todas esas cosas y este y descuidas tu salud, porque ya no haces ejercicio no haces actividades **E:** ¿Se vuelves un vicio? **SM:** Si yo siento que sí, yo no tengo des esas cosas del Face(Book) y eso no, pero todos sí, toda mi familia tienen el este el Face y sí pierden de que menos media hora diarias cada uno de los integrantes de mi familia **E:** ¿Antes era común ver jugar a los niños jóvenes? **SM:** Sí todo eso se ha perdido, a parte te afecta en la salud, porque ya no haces actividades, tienen problemas de obesidad, vienen problemas de este de lo que es la diabetes, vienen problemas este de todo en cuestión de salud, porque no hay actividad no hay juegos, y ya pues yo estoy acostumbrado a que cuando era chico, ahí jugábamos, fútbol, tochito, escondidillas todas esas cosas que se van perdiendo **E:** ¿Tú crees que es parte del Internet y la televisión? **SM:** Pues es parte de todo yo pienso no, se oye muy, por ahí comentaba no un conocido que te atrapa el diablo en una caja no lo que es el Internet, no lo veo tan mal eh, no lo veo tan loco, pero en fin se apodera de ti dejas de hacer cosas, dejas de hacer actividades, de convivir con tu familia, de ir a misa, de ir al parque, cosas que realmente valen la pena que no te ofrecen ningún servicio, ni el Dish ni nada de eso, porque no nos reunimos para abrir un face, no nos reunimos para ver una película, no nos reunimos para ver una telenovela, este noticias tanto de tele abierta como de tele este de paga, te quitan esa cuestión de que de que no convives con tu familia, sería mejor un juego de mesa, sería mejor ir al parque, sería mejor jugar pelota con ellos, que procuro hacerlo los fines de semana, irme al parque irme aunque sea por un helado y no gastas eh, el salir aquí con tu hijo a jugar pelota no gastas.

E: ¿A ti te gusta todavía fomentarles a tus hijos este tipo de actividades? **SM:** Sí sí sí me prefiero eso, y desgraciadamente no les gusta la la iglesia, sino yo iría a misa dos veces a la semana tres veces no me no me incómoda tantito eh, yo te diría eso.

E: ¿Visitas museos, teatros?

SM: Los llegué a visitar por la escuela, y últimamente pues na más lo que es el zoológico y cuando llegan a ver por decir distracciones en el centro lo que son las luces todo eso **E:** ¿Es para? **SM:** Para estar con familia así es.

E: ¿Ha notado si en su comunidad ha cambiado el escenario urbano con las diferentes antenas de televisión de paga?

SM: Así hay muchas televisiones eh son muchas antenas rojas, azules y de cable **E:** ¿Anteriormente era complicado ver esto? **SM:** Pues anteriormente na más era la antena normal **E:** ¿La de aire? **SM:** Si la de aire para que tuvieran señal.

E: ¿Escuchas radio?

SM: Sí por el trabajo como cuando son los trabajos que hay que hacer, pues sí bastantes horas del día **E:** ¿Qué tipo de programas de gustan? **SM:** Me gusta este la que 107.3 que es la Zeta no, me gusta por la música y este 95.3 **E:** ¿Te gusta pura música? **SM:** Si en realidad una que otra vez llegan a salir programas que sí me agraden, pero es difícil que los deje eh, ya sea noticias o programas, o contenidos, ahorita se están enfocando mucho en la por ejemplo lo que ponen a las doce del día, que dicen todos pongan su mente, pensando en cómo quieres tu país todo ese tipo de cambios **E:** ¿Grupo Radiocentro? **SM:** No sé de qué sea, pero en todas estaciones radio a las doce del día te dices que pongas tu mente este pensar en cómo quieres tu país, si más tranquilidad si puedes cierras los ojos y si vas manejando pues que pienses como quieres tu país es lo que nos hace falta, para yo he visto que cuando me pongo así, la gente es más amable, te dan el paso no te tocan el claxon, sí sirve eh, todo ese al final de cuentas todo es energía, todo está canalizado en energía no lo creen, pero las erupciones, calentamiento de la tierra, toda esas cuestiones este es por la todo es energía, si tú tienes buena energía lo que pasa actualmente en el mundo este el estrés, la la la cuestión de los problemas, de resentimientos todo eso se canaliza y se va a la tierra por eso vienen los temblores, viene las erupciones, calentamiento de la tierra. De la tierra, por eso viene todo eso, ay veces que no lo creen pero todo tiene que ver, por eso te digo que te puedo decir que la maldad, luego se ve en una cuestión de Internet, te quita todo, te quita tiempo, te quita visión, te quita cosas que hacer, desaprovechas la oportunidad de estar con tus hijos, todo lo que vale la pena **E:** ¿Pero también puedes encontrar juegos que te ayudan, películas (En Internet)? **SM:** Ah sí juegos de mesa, de lotería, este todas esas cuestiones de jugar con los niños **E:** ¿De noticias? **SM:** Pero las noticias son este, son alarmantes de cómo van las votaciones de los candidatos, este de mataron, tú compras un periódico, y mataron a tal personas, accidentes, puras cosas malas si existiera un programa de radio, periódico, televisión abierta o de paga donde dijeran las cualidades de cada persona de que Mahatma Gandhi se dedicó a la no violencia, de que tal resultado tal persona este promovió esta cuestión...todo resultaría aburrido, no habría rating, no habría quien lo escuchara si dijeran las cosas buenas que existen, no lo escucharían, lo escuchan por el morbo, por por todas la cuestiones los que que pasan, pero no no hay algo realmente que valga la pena, y a afecta al país eh en todo lo cuestión de ciudades. (Habla de la violencia que vive el país)

E: ¿Lees la prensa?

Antes leía en Metro, pero ya no ¿Por qué? Por lo mismo son cuestiones que no y no afectan mi vida vamos, en que tengan un accidente en que no me afecta para que me pienso en tonterías mejor pienso en tener un día agradable.

Nombre: Manuel Omar

Nivel escolar: Licenciatura

Ocupación Geógrafo

Nombre del servicio: Cablevisión

Entrevistador: ¿Cuáles fueron las razones que lo motivaron a adquirir tv de paga?

MO: Cuáles fueron los motivos que me...este la programación, eh la falta de señal **E:** ¿Es decir con la antena aérea no hay señal? **MO:** No no **E:** ¿Tienes dificultades? **MO:** algo si un poco, en las de en las de alta definición sí los agarra, pero en la televisión normal no.

E: ¿Recuerda su primer día con el servicio?

MO: Recuerdo mi primer día con el servicio, pues lo que pasa es que eso fue hace tanto tiempo que no **E:** ¿Cuántos años tienes con cable? **MO:** Más de veinte, veinte o poquito más **E:** ¿Entonces tú creciste viendo tv de paga? **MO:** Mmju así es.

E: ¿Qué influyó en la decisión de contratar tv de paga?

MO: La programación, este tanto de canales culturales como de películas no, más que nada **E:** ¿Hay mejor programación en la televisión de paga? **MO:** Sí, sí **E:** ¿Qué tipo de canales encuentras ahí? **MO:** Culturales, deportivos, eh de películas precisamente de entretenimiento.

E: ¿Por qué decidió adquirir el servicio con esta compañía y no con otro?

MO: Porque es la primera, es de las primeras, entonces pues así que ya tiene tradición no ya ves han estado saliendo muchas **E:** ¿Únicamente has tenido Cablevisión? **MO:** No Cablevisión, Multivisión en su tiempo, ehmm Sky también tuvimos un tiempo. De ellos mismos namás Multivisión precisamente.

E: ¿Quién es la persona dentro de su familia que más utiliza este servicio?

MO: Yo... Ahorita mi mamá definitivamente **E:** ¿Cuántas horas le dedica? **MO:** Uh como seis, siete más o menos **E:** ¿Qué tipo de programas ve? **MO:** Culturales y de películas más que nada, series **E:** ¿A ella le gustan las novelas? **MO:** Eh no casi no, ve no casi no, ve te digo muchos culturales y de películas más que nada.

E: ¿Se reúnen en familia para ver algún programa de la tv de paga?

MO: No, no realmente, bueno aquí, o sea nada más mi esposa y yo, pero realmente no ver la televisión en sí, si no ver películas.

E: ¿Qué tipo de canales te gustan a ti en la actualidad?

MO: Qué tipo de canales ehh culturales principalmente culturales Discovery, History, NatGeo, este de entretenimiento me gusta Unicable, ehm pues principalmente son los que más veo y los de películas no y series Fox en fin **E:** ¿Estos contenidos no pasan en la televisión abierta? **MO:** No.

E: ¿Qué piensa de los contenidos que se transmiten por tv de paga y los de Tv abierta?

MO: No pues es que televisión abierta es una mugre, o sea realmente es una una porquería casi todo la gran mayoría no la gran mayoría y no y en acá pues tienes más cómo se dice... más variedad así mucho más variedad en todos los aspectos **E:** ¿Encuentras más contenidos en la televisión de paga? **MO:** Así es **E:** ¿Entonces quién transmite mejores contenidos? **MO:** La televisión de paga definitivamente.

E: ¿Con quién platica acerca de los contenidos de la tv?

MO: Pues con mi mujer... yo creo más que nada, sí con mi esposa.

E: ¿Cuál es tu promedio de horas dedicadas a mirar programas de cable?

MO: Dos tres horas **E:** ¿Diarias? **MO:** No, por ejemplo, si es que a veces menos, dos entre dos y tres horas pero no es diario.

E: ¿Sigues viendo programas de televisión abierta?

MO: Sí alguno que otro **E:** ¿De qué tipo? **MO:** Los musicales, ehhmm los noticieros pues más que nada para estar enterado viendo la cosas, bueno según ellos no **E:** ¿ves deportes? **MO:** Casi no ehh, bueno no no me gustan, si acaso en estas olimpiadas alguno que otro veré, pero no me gustan son de los pocas cosas que no me interesan ehh los deportivos.

E: ¿Me comentabas que tienes poco que cancelaste el servicio?

MO: Así es **E:** ¿Cuánto tiempo tiene que lo cancelaste? **MO:** Tres meses yo creo **E:** ¿Por qué fue? **MO:** Fue porque me mudé **E:** ¿En cuánto puedas vas a volver a contratar el servicio? **MO:** Sí sí **E:** ¿Con Cablevisión? **MO:** Cablevisión yo creo es lo más seguro.

E: ¿Cree usted que hay diferencias entre las familias que ven Tv abierta y las que ven Tv de paga?

MO: Sí definitivamente, sobre todo culturales, yo creo que sí. Ehh culturalmente es que muchas veces no siempre ni quiero así exagerar ni mucho menos porque pues hay gente, hay de todo, pero muchas veces por el tipo de cosas que ves se ve el nivel cultural que uno tiene, no siempre pero muchas veces sí es como la ortografía no, sí o sea, si yo al ver cómo escribes sé cómo hablas entonces es algo parecido no, no es desgraciadamente en este país es darle al pueblo pan y circo y va a estar a gusto no, entonces este pues sí muchas veces sí se ve la cultura muchas veces **E:** ¿En ese sentido ayudan los canales, porque en la tele abierta hay pocos? **MO:** Hay pocos y, y los que hay este a la gente no le interesa, es es lo mismo es la cultura también

de un país no como éste, más bien populachero ahí todo, por eso se ven todas las cosas que están pasando ahorita.

E: ¿Qué cree usted que pasaría en su familia si (alguien) tuvieran que prescindir de la tv de paga?

MO: Nada como realmente no vemos televisión no pasaría gran cosa no, digo es que uno se acostumbra, pero no pasa nada, sí es algo, no es algo básico.

E: ¿En su experiencia qué contribuye a que las personas busquen mejores alternativas?

MO: El tipo de contenidos, hay muchas gente que no más les interesa ver a Laura no por decir algo o a Rocío Sánchez Azuara o ver las telenovelas, mucha gente que nomás le interesa eso, les interesan cosas un poco más pensantes, no sé dónde se desarrollan otro tipos de temas creo yo.

E: ¿Te ha traído algún beneficio la televisión de paga?

MO: Beneficio, pues alguno que otro cultural yo creo no, o sea o el hecho simplemente de conocer, de ver un un país y saber qué es lo que hay ahí; su cultura así es, todo su cultura todo lo que hacen su tipo de religión, su tipo de gobierno todo ese tipo de cosas creo que sí contribuyen y más en mi profesión ¿no?

E: ¿Cuántos televisores tenías antes con cable en tu hogar?

MO: Dos, tres, no pérame: una, dos, tres, cuatro, cuatro.

E: ¿Tú crees que la Tv de paga se vuelve importante en el entorno familiar social?

MO: En el entorno familiar y social, algunas veces sí cuando cuando dependes mucho de algo sí, pero si no, no tendría por qué. Mira por ejemplo yo pienso igual o sea el hecho de que por ejemplo sí en una no sé ciudad, vamos a llamarla así una vecindad unos tengan televisión de paga y otros televisión abierta a la mejor muchos no se enteran de lo de lo que pasa ahí, pero los que saben o lo han visto van a querer o hacer lo posible por aunque no tengan para pagar ni su luz, pero sí van a tener para pagar cablevisión o cualquier o equis servicio, ehh yo creo que sí cambia la manera de pensar de mucha gente, definitivamente y la, digo o sea no todos pero muchos a lo mejor mucha gente humilde o de escasos recursos, si lo contrata pues a lo mejor se va a impresionar con todo lo que va a ver o muchas veces no da crédito o se va a regresar a los canales de televisión abierta no, entonces yo creo que sí cambia la mentalidad de la gente y este el estatus por así decirlo cultural de mucha gente también claro que influye.

E: ¿Ha notado si en su comunidad ha cambiado el escenario urbano con las diferentes antenas de televisión de paga?

MO: Sí, sí sí ha cambiado mucho el escenario urbano, o sea que padre era no sé poderte ir a un a un mirador, bueno no estoy exagerando un mirador no, porque en un mirador no los ves, pero por ejemplo tú vas simplemente con subirte al segundo piso y vas a ver muchos si las, las antenas rojas, y azules y grises y pues sí sí cambia no el el entorno urbano sí lo cambia **E:** ¿Antes era difícil ver eso? **MO:** Eran era muy complicado si ese tipo de antenas solamente la veías en pues en zonas residenciales: las Lomas, Pedregal, Polanco en fin, no o sea eran era un lujo tener televisión de paga antes **E:** ¿Te tocó de pequeño ver las parabólicas? **MO:** Sí claro sí sí y con gente que, yo conozco gente que tenía parabólica, de familiares y amigos **E:** ¿Te invitaban a ver algunos programas? **MO:** Alguna que otra vez, más que nada este pues por entretención, o sea sobre todo en

casa de algún tío ¿no? **E:** ¿Recuerdas algunos programas de aquel entonces? **MO:** No no no la verdad es que no.

E: ¿Antes de tener Tv de paga utilizabas otros recursos como DVD?

MO: Siempre fueron conjuntos, o sea no uno u otros sino siempre fueron a la par no más que nada **E:** ¿En la actualidad ahora que no tienes servicio, si utilizas? **MO:** Ahora sí puro DVD, bueno no puro pero casi sí.

E: ¿Escuchas radio?

MO: No casi no, raro rara... **E:** ¿Te gusta escuchar música pones tus discos? **E:** Música sí ¡uy sí! **MO:** ¿Cuántas horas le dedicas al día? **MO:** Siete yo creo, siete ocho horas a la música.

E: ¿Prensa?

MO: Prensa dos tres veces a la semana comprare el periódico El Universal **E:** ¿Qué contenidos te gustan de éste? **MO:** Los internacionales, lo que pasa aquí en la Ciudad de México, y este turísticos los llevo a leer, pero no es así como que muy de... y las primeras políticas es lo que Internacionales y políticas es lo que más.

E: ¿Libros?

MO: Al año yo creo leeré seis libros a veces menos, a veces más en promedio no **E:** ¿De qué tipo son de literatura o? **MO:** Las novelas no me gustan es muy raro que yo lea una novela muy raro no sé me gusta por ejemplo ciencia ficción tampoco me gusta excepto las de Julio Verne por ejemplo alguna que otra y alguna que otra novela como es un clásico que a mí me encanta por ejemplo el Dr. Jekyll and Mr. Hyde Stevenson o ese tipo de de libros, me gustan más igual de política no, o sea secretos a veces que les llaman.

E: ¿Acostumbras visitar museos, teatros?

MO: Sí más quenada museos ¿cada cuándo vas a los museos? **MO:** Cada que se me ocurre es que no sé, antes iba muy seguido se podría decir que iba por lo menos dos veces al mes no, ahorita como pueden pasar cinco meses sin ir y de repente voy seguido no **E:** ¿Qué tiene que haber para que puedas asistir? **MO:** La exposición más que nada, más que nada la exposición **E:** ¿Qué te llame la atención? **MO:** Exactamente al teatro sí me gusta pero casi no voy porque es muy caro, pero sí me gusta y no tiene mucho que fui.

E: ¿Asisten en familia?

MO: Sí con mi esposa **E:** ¿Conciertos otra actividad? **MO:** Ahh conciertos sí igual de música clásica no porque a ella no le gusta, pero igual o sea de la gente que nos gusta escuchar, bueno de la gente que me gusta a mí a ella casi como que yo porque casi casi me la llevo arrastrando ¡ándale vamos!, pero pero que le guste mucho mucho no.

E: ¿Es importante ese tipo de actividades?

MO: Pues las actividades en familia creo que son importantes sea cual sea no, o sea, sea un concierto sea... lo que sea, es las actividades en familia creo es bastante bueno.