

## **Quiero TV, televisión desde y para Guadalajara**

DULCE NATALY FIGUEROA SANTANA

*“Llegar a todas partes es uno de los desafíos que tiene la televisión ahora que ha sido opacada desde hace algunos años por la transformación digital y la atención a nuevas oportunidades de comunicar en redes sociales. Para Quiero TV, es un reto trasladarse a otras plataformas sin descuidar la magia que se hace en televisión”.*

LIBORIO RODRÍGUEZ GUZMÁN, CONDUCTOR TITULAR DEL NOTICIERO DE MEDIODÍA EN QUIERO TV, CANAL 10.

### RELEVO TELEVISIVO DE OCHO A QUIERO TV

En los que parecen tiempos turbulentos para la televisión y sus audiencias, una nueva televisora en Jalisco apuesta por el entretenimiento, la opinión y la información local. Los tapatíos recibieron el 2019, y junto con él a *Quiero TV*, un canal de señal abierta con contenidos de interés general y programas inéditos de producción propia.

En palabras de su director, José Vielma, la radiodifusión es un mercado que, en la era digital, sostiene un gran potencial: “Pensamos que hacen falta opciones en Guadalajara de televisión local, [...] televisión para los tapatíos con una visión muy clara de los sucesos y las personalidades de la ciudad”, expresó ese mismo año a *El Informador* (2019). Esta televisora se sumó como participante en el sector, pero tiene detrás de sí 24 años de trayectoria en transmisión privada como *Ocho TV*.

Grupo Hevi, dueña de la antigua y nueva firma, es la compañía cablera que gestionó y vio la transición de ambas señales. Esta compañía se creó en 1975 con el nombre “Cable Constructora SA” y después continuó como Grupo Hevi SA de CV por las iniciales de su fundador, Héctor Vielma Valdivia. La compañía se extendió en gran parte del territorio mexicano para construir redes y sistemas de cable privados. Tras conseguir algunas concesiones en Puerto Vallarta y Colima, obtuvo una más para operar en Zapopan y así fundar en 1993 *Telecable*, un servicio de televisión de paga análoga para 79 municipios de Jalisco y nueve estados del país. Ya instalado en el área metropolitana de Guadalajara, Vielma lanzó en febrero de 1994 *Ocho TV*, en la frecuencia del canal once, y cuyo edificio, que más tarde se remodelaría para la nueva señal, se situó en Av. Naciones Unidas 5573 de la colonia Vallarta Universidad, ubicada en Zapopan. *Ocho TV* transmitía contenidos exclusivos para el municipio mediante el servicio de Telecable y otros sistemas privados del país.

Hasta este punto, el equipo del canal producía localmente 35% de su programación diaria y su línea editorial era generalista (Castillo, Legaspi & Ruelas, 2012). Se buscaba vender espacios al aire, entretener e informar. En ese sentido, su noticiario *Central Noticias* se consideraba la apuesta más fuerte de toda la programación. Contaba con tres ediciones; una matutina, una vespertina y una nocturna con un resumen general. Estos espacios informativos eran conducidos por los periodistas Leonardo Schwebel y Ramiro Escoto Ratkovich (Castillo et al., 2012). *Central Noticias* combinaba el análisis político con complementos de deportes y entretenimiento, características que se observarían más adelante en su señal sucesora, *Ocho TV*.

De 2005 a 2009, el primogénito de Vielma Valdivia, Héctor Vielma Ordoñez, asume el cargo como director general de *Ocho TV*. Paralelamente, Vielma Ordoñez atiende su carrera política como precandidato a diputado federal por el Partido Revolucionario Institucional (PRI) en 2003 y 2006. Finalmente, obtiene la candidatura por la alcaldía de Zapopan en ese partido, y se convierte en presidente del municipio el 1 de diciembre de 2009 (El Informador, 2013). En enero de 2015, Grupo Televisa compra la operadora Telecable por 3 mil millones de pesos.

Después de estos cambios sucedieron dos cosas. La primera es que Luis Vielma Ordóñez, su hermano, asumió el cargo de presidente de *Ocho TV*; la segunda, que el canal quedó bajo el escrutinio público, que cuestionó qué tan imparcial y democrática era su línea editorial. Estas advertencias públicas definirían el destino de la señal, pues si bien al principio *Ocho TV* mostraba contenidos abiertamente priistas, la cercanía de la familia Vielma con la política definiría la atención de la audiencia tapatía.

## NUEVOS CANALES DE TELEVISIÓN PARA MÉXICO

De noviembre a diciembre de 2016, el Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT) recibió 86 manifestaciones de interés de personas físicas y morales que querían concesionar y explotar canales originales en 17 entidades federativas. Recibir las fue el primer paso en el proceso de licitación de 148 canales de televisión radiodifundida digital que estableció este instituto para sondear el interés empresarial del sector, incentivar la competencia, promover la libertad de expresión y el acceso a la información (IFT, 2016).

Más adelante, el IFT presentó oficialmente la oferta, para la cual licitaron 32 de los 148 canales de televisión abierta con cobertura de aproximadamente 50.44 millones de habitantes; es decir, cerca del 45% de la población total del país de ese año (IFT, 2017). Luego de la subasta que permitió hacerse de mil 614 millones de pesos en total de todos los participantes, fueron 13 de 14 los que obtuvieron al menos un canal de televisión. En la lista aparecen Telsusa Televisión, Francisco de Jesús Aguirre (dueño de Grupo Radio Centro), Compañía Periodística Sudcaliforniana, Televisión Digital, Multimedios Televisión, Quiero Media, entre otros. Cuatro eran nuevos en el sector de la radiodifusión en México.

Tras terminar los trámites legales, y a la espera de un canal completamente nuevo, el 16 de noviembre de 2018 cesaron las emisiones de *Ocho TV*. La señal conservó solo un par de programas informativos y algunas cortinillas que anunciaban el giro de la señal a *Quiero TV*. El 2 de enero de 2019 se retomaron las emisiones, ahora en el canal 10 de la señal abierta XHQMGU-TDT, con un nuevo nombre y programación. Un año después, en 2020, Quiero Media SA recibió la autorización para un tercer canal de multiprogramación dedicado a presentar infomerciales: Inova. Con esta autorización, los canales y su multiprogramación se asignaron al 10.1, 10.2 (con una transmisión de dos horas de anticipación) y 10.3 (únicamente con infomerciales de la cadena Inova). *Quiero TV Canal 10* transmite desde el Cerro del Cuatro en el municipio de Tlaquepaque, en la frecuencia 186–192 MHz, con 50,183 watts y un radio de transmisión de 75 kilómetros. Además del área metropolitana de Guadalajara, otros 25 estados del país pueden

sintonizar esta señal a través de los servicios de televisión por cable IZZI, Megacable y Totalplay.

## TENDENCIAS Y ESTRATEGIAS DE LA TELEVISIÓN EN MÉXICO

La llegada de *Quiero TV* a los sistemas de medios local y nacional significa un desafío para sus periodistas y comunicadores, pues les propone pensar qué tan bien las empresas periodísticas han ejecutado estrategias para refrescar la televisión con enfoques novedosos, cómo cohabitar con las audiencias nativas digitales y a plantearse qué tan sustentable se ha vuelto la radiodifusión como negocio. Algunas tendencias y predicciones del gremio apuntan a que la presencia mixta de un medio en redes sociales, la exploración de formatos explicativos y coberturas con enfoque de soluciones son caminos plausibles para conectar con nuevas generaciones de audiencias (Newman, 2022). Para *Quiero TV*, transmitir en señal abierta y tener presencia en redes como Facebook, Instagram y TikTok es una oportunidad para cubrir las necesidades de telespectadores habituados, al mismo tiempo que atraer perfiles más jóvenes, quienes poco a poco definen el futuro del consumo de información (UNESCO, 2018).

De hecho, lo que sucede en Internet todavía no lo es todo. El Informe Regional para América Latina y El Caribe de Tendencias Mundiales en Libertad de Expresión y Desarrollo en los Medios expone que las audiencias de la región aún recurren en gran medida a la televisión para informarse sobre asuntos de interés público, práctica colectiva que la conserva como un medio poderoso capaz

de moldear la opinión pública, en especial durante épocas electorales (UNESCO, 2018).

En este horizonte, las prácticas de consumo informativo y de entretenimiento sugieren caminos variados. La Encuesta Nacional de Consumo de Contenidos Audiovisuales 2020–2021 (ENCCA), elaborada por el IFT en 2021, revela que el teléfono celular superó al televisor, con 97% y 94% de los hogares mexicanos equipados con estos dispositivos, respectivamente. Este reporte especial también distingue que más de la mitad de las personas (59%) acostumbra a ver contenidos por Internet y que, entre semana, consumen 3.3 horas diarias de YouTube, Netflix, Facebook y, en una menor proporción, Prime Video, Disney+ y TikTok. Con una audiencia que inclina más la balanza hacia el consumo audiovisual en Internet con teléfono celular, estos hábitos y plataformas predominan si se comparan con el tiempo promedio que invierte un telespectador en canales locales entre semana, que es de una hora con 26 minutos (IFT, 2021a).

Aún con ese margen de consumo, trasluce una televisión abierta con mucha actividad. El estudio ENCCA 2020–2021 también muestra que 75% de las personas con televisor ve sus contenidos, y que las noticias, películas y telenovelas destacan como los programas más vistos. Pagar televisión por cable se ha quedado como una segunda opción para los televidentes mexicanos, pues poco más de la mitad de las personas señalaron que los precios son la principal razón para no contratarla.

Este es el panorama de consumo diverso en el que *Quiero TV* puso en marcha su modelo multiplataforma, en el que converge la televisión con el Internet y el cual

busca llegar a nuevas audiencias sin descuidar al público televidente.

## DIMENSIÓN ECONÓMICA Y ESTRUCTURA INTERNA

*Quiero TV* arrancó con patrocinadores como Inova Informerciales (se difunden de 12:00 a.m. a 5:00 a.m.), Coca Cola, Telcel y Dulces De La Rosa. *Quiero TV* también tiene una relación comercial con instancias de gobierno; por orden de relevancia está el gobierno del estado de Jalisco, los ayuntamientos de Guadalajara, Zapopan, Tlaquepaque, Tlajomulco y El Salto. Su competencia directa es Televisa Regional y TV Azteca Jalisco. El perfil promedio de una persona que sintoniza *Quiero TV Canal 10* es una mujer de 40 a 60 años, de un nivel socioeconómico de medio a alto, integrante de una familia y ama de casa en la mayoría de su tiempo.

Como empresa de comunicación, si una dependencia gubernamental le solicita difusión de algún asunto de interés para la población, la petición se analiza con la dirección general de noticias y después pasa por al filtro de información, en el que se valora si es necesario hacer un reportaje, prestar tiempo al aire, proveer una locación o hacer una intervención mayor, como sería el caso de una entrevista o algún programa especial. El gobierno del estado, por ejemplo, solicitó la difusión de una campaña en los cortes comerciales sobre el arranque del medio de transporte Mi Macro Periférico.

De forma general, 120 personas laboran aproximadamente en todo el canal. El personal se divide en dos grandes áreas: la vicepresidencia de comercialización, en

donde laboran de 15 a 20 personas; y la vicepresidencia de información, que se segmenta en los departamentos de noticias, deporte y entretenimiento, y en los que se reparte el resto del personal.

El departamento de noticias emplea a 40 personas, incluidos productores, editores, reporteros, redactores, conductores y camarógrafos; el área cuenta con nueve reporteros. El equipo del departamento de deportes se conforma por 10 personas, cinco de ellas reporteros. En el departamento de entretenimiento laboran 10 personas más, entre conductores y redactores de notas mientras se realizan las entrevistas y audiciones en búsqueda de reporteros y nuevo talento. La familia fundadora Vielma dotó al canal con nuevos escenarios, equipos de grabación y rostros emergentes y reconocidos del gremio.

## BARRA DE PROGRAMACIÓN Y AGENDA EDITORIAL

La parrilla de programación del *Canal 10* se compone de información y análisis periodístico, entretenimiento en vivo y debate deportivo.

En cuanto a información periodística, el canal cuenta el acontecer diario de interés general en materia económica, social y cultural del país y alrededor del mundo, pero da mayor espacio y énfasis a la cobertura del área metropolitana de Guadalajara. Relatar historias y compartir experiencias de vida a través de la denuncia social es la prioridad en la agenda temática de *Quiero TV*, explica Liborio Rodríguez Guzmán en entrevista para este informe (comunicación personal, 5 de febrero de 2022).

Rodríguez, quien ha laborado desde 2016 en el entonces *Ocho TV*, es ahora reportero y conductor del noticiario

*Quiero Noticias* en su versión de mediodía, de lunes a viernes entre las 12:30 y las 15:30 horas, espacio que comparte con la conductora y directora de información, Gabriela Aguilar Camacho. Este programa tiene el mayor índice de audiencia de toda la barra programática:

Me considero un conductor de televisión transparente. Si estoy molesto o alegre por alguna noticia, sé que hay una línea editorial que seguir, pero también sé que tenemos la oportunidad de quitar la cuarta pared, de quitar los filtros para poder compartir un mensaje de la manera más cercana posible. Hay que formar parte del público, empatizar, transmitirles emociones y cercanía.

*Quiero Noticias* se divide en una versión matutina de 5:50 a 10:00 horas, con Anaís Ávila y Miguel Ángel Collado, y una versión nocturna con Jorge Navarro, alias Jonás. El noticiario es conducido los sábados en un horario de 8:00 a 10:00 por Paola Ortega y Moisés Hernández. *Frentes*, en comparación con *Quiero Noticias*, es un complemento informativo para los sábados de 14:30 a 15:00 horas, en el que se da cabida a la crítica e investigación periodística en temas de la agenda política y pública del área metropolitana de Guadalajara y de México. Su cobertura también abarca la nota roja, que incluye incidencias delictivas, accidentes automovilísticos y crímenes que atentan contra la seguridad del ciudadano.

Rodríguez precisa la forma en la que *Quiero TV* escucha las denuncias de la sociedad tapatía:

Para el noticiario de la tarde siempre atendemos los reportes y comentarios que nos llegan a través de las

redes sociales. Eso se ha impulsado desde hace varios años; tenemos una línea de WhatsApp y no la soltamos. Esa línea es, aunque a una escala muy pequeña, uno de los medidores que tenemos. Nos sirve para saber cuánta gente nos escribe y nos está viendo. Hemos atendido dudas sobre el covid-19 y se ha convertido en uno de los temas principales de nuestra agenda para todos los días.

Servidos por ese canal de comunicación directa, la salud pública, la nota roja y la agenda política son los temas que, enmarcados en la denuncia ciudadana, se informan, se debaten y se transmiten en esta señal.

*Quiero TV* produce dos programas deportivos y los transmite de lunes a viernes. En *Silbatazo Inicial*, de 20:00 a las 21:00 horas con Aldo Arturo González y Juan Pablo Romero, se dan las crónicas y los resultados de distintas disciplinas y ligas deportivas tanto locales como nacionales e internacionales. El segundo programa, *La Trifulka*, de 15:30 a 16:00 horas, es conducido por Jesús Omañana, Ricardo Durán y Carlos Montaña, quienes abordan la polémica en el deporte desde una perspectiva juvenil.

El entretenimiento se transmite por las mañanas y las noches. *Sin Filtro*, de 10:00 a 12:30 horas, es un programa que acoge temas de bienestar, moda, espectáculos y farándula, y que además ha incursionado en el podcast quincenal en Spotify. El programa *Un Show de Diez* con Mario Cuevas, se emite martes y jueves de 22:00 a 24:00 para dar lugar a la comedia y la música en vivo. *Desafío THE BOX*, un programa de telerrealidad con competencias y desafíos en Latinoamérica, se emite de lunes a viernes con un horario de 19:00 a 20:00 horas. El melodrama también participa en su barra de programación, ya que *Quiero TV*

mantiene un convenio con la televisora Caracol de Colombia para transmitir series, telenovelas y otros contenidos en español como *La Venganza de Analía*, serie de manufactura colombiana de suspenso, o *Divino Niño*, una serie de televisión que narra historias de fe, devoción y esperanza, ambas en horario nocturno.

La televisora transmite su programación en tiempo real desde su página web [quierotv.mx](http://quierotv.mx), la cual también funge como portal de noticias digital y en donde se publican notas escritas en la misma línea editorial que su agenda radiodifundida. #Deportes, #Jalisco, #AMLO, #Alfaro, #México y #Guadalajara son algunos de los hashtags que utilizan para organizar las tendencias informativas. En paralelo, su cápsula *10 En Red*, que se distingue por hacer un recuento en no más de dos minutos de las 10 noticias más importantes de la ciudad, México y el mundo, es la apuesta más firme que tiene este medio para Facebook, Twitter, TikTok e Instagram. En 2020, su cuenta de YouTube alcanzó los 124 mil suscriptores, lo que hizo al medio de comunicación acreedor al Botón de Plata que otorga este sitio web.

Para Liborio Rodríguez, la televisión tiene pendientes y compromisos para el periodismo audiovisual y para aquellos que lo consumen:

Yo creo que nos tenemos que ir adecuando la forma de contar las historias, de llevar el mensaje a través de otras plataformas. Una nota no se cuenta ni se redacta igual para la televisión que para las redes sociales. Es algo que nos traba, pero que también nos pone a pensar dos o más veces.

## REFERENCIAS

- Castillo, I., Legaspi, J. & Ruelas, M. (2012, julio 5). *Ocho TV: inclusión al asunto público*. Bestiario. <https://bestiarioblog.wordpress.com/2012/06/05/581/>
- El Informador. (2013, febrero 28). Perfil de Héctor Vielma Ordoñez. *El Informador*. <https://www.informador.mx/Jalisco/Perfil-de-Hector-Vielma-Ordonez-20130228-0097.html>
- El Informador. (2019, enero 3). Quiero TV llega a la televisión tapatía. *El Informador*. <https://www.informador.mx/entretenimiento/Quiero-TV-llega-a-la-television-tapatia-20190103-0016.html>
- Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT). (2016, diciembre 26). *Recibe IFT 86 manifestaciones de interés en el proceso de licitación de 148 canales de Televisión Radiodifundida Digital* [Comunicado de prensa]. Ciudad de México. <http://www.ift.org.mx/sites/default/files/industria/espectro-radioelectrico/television/2016/6/anexo30comunicadodeprensano.147.2016.pdf>
- Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT). (2017, agosto 17). *Concluye la presentación de ofertas en la licitación de 148 canales de Televisión Digital Radiodifundida* [Comunicado de prensa]. Ciudad de México. <http://www.ift.org.mx/sites/default/files/industria/espectro-radioelectrico/television/2016/6/anexo15comunicadodeprensano.98.2017.pdf>
- Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT). (2021a). *Encuesta Nacional de Consumo de Contenidos Audiovisuales 2020-2021*. <https://somosaudiencias.ift>

org.mx/archivos/01Reporte%20final%20ENCCA2020-2021vp2.pdf

Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT). (2021b). *Reporte Trimestral de Audiencias de Radio y Televisión con Perspectiva de Género*. <https://somosaudiencias.ift.org.mx/archivos/reportetrimestraldeaudienciasderadioytelevisionconperspectivadegeneroit2021.pdf>

Newman, N. (2022). *Journalism, Media, and Technology Trends and Predictions 2022*. Reuters Institute.

SUN. (2015, enero 8). Televisa anuncia la compra de Telecable. *El Informador*. <https://www.informador.mx/Economia/Televisa-anuncia-compra-de-Telecable-20150108-0008.html>

UNESCO. (2018). *Tendencias Mundiales en Libertad de Expresión y Desarrollo en los Medios, Informe Regional para América Latina y el Caribe*. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000366564>

Villegas, L. (2019, enero 3). Llega con todo Quiero TV. *NTR Guadalajara*. [https://www.ntrguadalajara.com/post.php?id\\_notas=116148](https://www.ntrguadalajara.com/post.php?id_notas=116148)