

PC16

f.

HISTORIA Y SITUACION ACTUAL DE LOS MEDIOS
DE COMUNICACION EN LA FRONTERA NORTE

Proyecto de investigación del Consejo Nacional
para la Enseñanza y la Investigación de las
Ciencias de la Comunicación CONEICC, con el
apoyo del Programa Cultural de las Fronteras.

Coordinación: Fátima Fernández Christlieb.

HISTORIA Y SITUACION ACTUAL DE LOS MEDIOS DE COMUNICACION EN LA FRONTERA NORTE

Proyecto de investigacion

INTRODUCCION

Tal vez una de las razones por las cuales se hayan elaborado tan pocas investigaciones sobre los medios de comunicación locales sea la pretensión de analizar no sólo los medios sino todas sus posibles mediaciones en todos y cada uno de los municipios de una entidad federativa.

La afirmación anterior es exagerada pero tiene algo de verdad: los investigadores tendemos a analizar varios fenómenos a la vez y a correlacionarlos e interpretarlos exhaustivamente. El resultado no suele ser el conocimiento de la realidad sino su distorsión.

¿Por qué no nos conformamos con describir sencilla y correctamente un solo fenómeno? Respuestas puede haber muchas y muy válidas, pero lo cierto es que en el caso de los medios de comunicación regionales son contados los estudios publicados que nos hablan de lo que ocurre en cada entidad federativa.

Esta investigación se propone averiguar cuándo y cómo surgieron los medios de difusión en los estados fronterizos del norte, para pasar después a describir la situación en la que actualmente se encuentran, mostrando al mismo tiempo los cambios que han sufrido por influencia de acontecimientos sociales o políticos de la región.

Es decir, al ir narrando la fundación y desarrollo de periódicos y estaciones se explicitarán los hechos que fungen como marco histórico.

Podríamos decir que esta investigación vería cumplido su objetivo si para octubre de 1988 tuviéramos en las manos un texto que diera cuenta de la historia y situación actual de los medios en cada estado fronterizo. Texto que llevaría un último capítulo o apéndice en el que se enlistaran todas aquellas investigaciones derivadas de lo ahí descrito y que quedarían como propuestas de trabajo para una segunda etapa. O sea, habría un apéndice o colofón con todo lo que se hubiera querido investigar o que en el transcurso de la investigación apareció como relevante, pero que para una primera etapa era demasiado.

METODOLOGIA

Una investigación tan sencilla como la que se propone no puede reducirse a un mero listado de medios transcrito de un directorio de medios publicitarios mexicanos, pero tampoco requiere de un rompimiento de cabeza paralar con un sofisticado marco teórico.

Un método no es más que un camino para llegar a lo que queremos. Y lo que queremos es comenzar por acercarnos sistemáticamente al fenómeno de la

comunicación social regional, mediante la narración de cómo, cuándo y por qué surgió cada periódico, estación de radio y de televisión en la entidad, así como la joven actividad del video.

Se trata de contar una historia cuyo final sea el momento presente. Hay muchos estilos para contar historias, pero antes de contarlas hay que documentarlas, hay que reconstruir los hechos, hay que reunir la documentación existente.

Podría comenzarse por localizar un directorio o listado de los medios de difusión en la entidad y localizar la fecha de fundación del periódico, de la estación o de la empresa de video. Una vez que se tiene un orden cronológico, podría pasarse a ubicar a las personas que hayan trabajado en los medios durante etapas diferentes. Aquí podría combinarse la técnica de la entrevista con algunos conocimientos de microhistoria.

Para ello podrían resultar útiles estos libros:

- Perdomo Orellana José Luis.
En el surco que ^{TRAZA} abre el otro. (Teoría y práctica de la entrevista)
Ediciones de comunicación. grupo Ferrer 1987. México.
- González y González Luis
Invitación a la microhistoria.
Fondo de Cultura Económica y CREA (Biblioteca Joven) México 1986.

Una vez realizadas las entrevistas con aquellos que presenciaron el surgimiento de los primeros periódicos o estaciones, se coteja la información de varios informantes y se procede a la redacción, intercalando también datos sobre la historia de los medios procedentes de periódicos u otras fuentes. Esto último obliga a tener presentes las investigaciones que ya se han hecho sobre la historia de los medios en la región.

SELECCION DEL OBJETO DE ESTUDIO

Dado que se trata de una narración sencilla y no de una investigación exhaustiva, es posible cubrir la historia de la prensa, la radio, la televisión y el video. En algunos estados como Nuevo León, donde hay cuatro universidades, sería factible que cada una cubriera un medio y los resultados de las investigaciones se publicaran en el mismo libro. En cambio en aquellos estados en los que sólo hay una o dos universidades habría que elegir un medio o quizás un aspecto de varios medios. Esta decisión habría que tomarla en función del material y los recursos disponibles.

Más vale contar bien pocas historias que presentar datos deshilvanados sobre todos los medios de difusión de la entidad. Como ejemplo de una investigación descriptiva sumamente sencilla, podríamos dar la realizada en la universidad de Guadalajara con la colaboración de la Asociación Mexicana de investigadores de la comunicación (P. Arredondo. Los medios de comunicación en Jalisco. U de G, 1986. 62 p.). En este estudio se hace una presentación general de la historia y de la situación actual de los medios sin profundizar particularmente en ninguno de ellos. Decidir qué medio, qué aspecto o qué período se va a investigar es algo que compete a cada una de las universidades.

ASPECTOS NO INVESTIGADOS DE LA PRENSA

La mayor parte de las entidades federativas cuentan con algún estudio historiográfico de su prensa; algunas poseen también análisis de las posiciones políticas o ideológicas de los periódicos. Para esta investigación resulta indispensable registrar la bibliografía y hemerografía que existe al respecto, para publicarla en un anexo. Apartir de este material pueden determinarse aquellos aspectos no estudiados.

Hay muchos aspectos no trabajados y que podrán ser objeto de la presente investigación. Mencionamos tres:

1.-Incorporación de nuevas tecnologías en la prensa local.

A partir de una lista de los periódicos que se editan en el estado, puede procederse a hacer un estudio del tipo de tecnología que utilizan en la producción del diario. Es probable que de aquí derivemos la existencia de varios tipos de periódicos. Por ejemplo: a) los que aún componen con linotipo e imprimen con rotativa. b) los que componen en frío a través de fotocomposición e imprimen en offset. c) los que para componer usan videoterminal y fotocomponedora e imprimen en offset con comando automático. d) los que mezclan técnicas modernas de composición e impresión generando su propio proceso de producción.

Una vez realizado un estudio comparativo entre los periódicos del estado se podría plantear otra investigación acerca de los efectos de la incorporación de las nuevas tecnologías en los hábitos de los periodistas o en el empleo. Tanto esta fase como la anterior conviene realizarla a partir de entrevistas a directivos, administradores, periodistas y trabajadores de talleres.

2.-Distribución de la prensa local.

Prácticamente no hay estudios sobre la forma en que se distribuyen los periódicos en cada entidad federativa. Sería importante registrar las diferencias que en este terreno se dan entre un estado y otro; así como entre los estados del norte y la capital de la República. Habría que ver si en los estados se han gestado organizaciones semejantes a la Unión de voceadores y Expendedores que opera en el D.F. Igualmente convendría analizar qué porcentaje de los periódicos se distribuyen mediante repartidores en casa y cuántos se venden en puestos. No hay duda que la distribución en el D.F. es una forma de control político. habría que ver si el esquema se repite o se rompe en los estados fronterizos del norte.

3.-Organización de los periodistas locales.

En los últimos años se han multiplicado las asociaciones gremiales en todo el país: algunas por iniciativa de los periodistas locales, otras como afiliadas a organizaciones nacionales. Algunas agrupan únicamente a trabajadores de la prensa escrita otras a trabajadores de los medios electrónicos; algunas tienen relación estrecha con los sindicatos del ramo, otras no. Conocer el carácter y objetivos de las que operan en los estados fronterizos colaboraría a una mejor descripción del panorama general de los medios de difusión.

RADIO

La historia de la radiodifusión local no ha sido aún contada; existen únicamente datos aislados sobre las primeras estaciones. Habría que relatar cómo se armaron las primeras programaciones y quienes fueron los primeros anunciantes, cuántos de éstos lo han sido ininterrumpidamente hasta hoy. Como fue que los concesionarios fueron incorporándose a cadenas nacionales e igualmente podría investigarse qué estaciones se rehusaron a ello. Sería conveniente tener un registro de las fechas de caducidad de las concesiones, así como una mínima descripción del perfil del concesionario.

Por lo que toca a información reciente convendría tener en mente que en la zona fronteriza hay estaciones de radio muy nuevas. Son estaciones cuya concesión acaba de iniciarse, puesto que en el Diario Oficial de la Federación del 11 de marzo de 1986 se publicó el Acuerdo que las declara susceptibles de explotación comercial. Estas son:

Coahuila: frecuencias 100.7 MHz en ciudad Acuña; 1320 KHz en Piedras Negras.
Tamaulipas: frecuencias 90.1 MHz en reynosa; 94.1 MHz en Nuevo Laredo; 101.9 MHz en Valle Hermoso; 1250 KHz en San Fernando.
Sonora: frecuencias 96.7MHz en Nogales; 97.7 MHz en Cananea; 96.5 MHz en Sonoita; 107.9 MHz en San Luis Rio Colorado; 98.5 MHz en Agua Prieta.
Chihuahua: frecuencias 102.5 KHz en Ojinaga; 1520 KHz en Ciudad Juárez.
Baja California Norte: frecuencias 97.7 MHz en tijuana; 88.1 MHz en Tecate; 1600 KHz en Tecate; 92.1 MHz en Ensenada; 92.0 KHz en Ensenada.

TELEVISION

Los primeros párrafos relativos a la radio son válidos para la televisión, ya que esta historia tampoco ha sido contada. Igual que en el caso podría comenzarse con las estaciones más antiguas hasta llegar a las recientemente concesionadas o permisionadas, sin olvidar que así como en radio hay que abarcar tanto las estaciones de AM como las de FM, en televisión hay que hacer lo mismo con las de VHF y con las de UHF.

Respecto a esta última banda conviene recordar que incluye 70 canales (del 14 al 83) y ocupa el segmento del espectro electromagnético que va de los 470 a los 890 megahertz. Los canales 70 al 83 están destinados a enlaces de los servicios de televisión rural y televisión por cable. Esto último según el Acuerdo emitido por la dirección General de Telecomunicaciones de la SCT el 22 de marzo de 1974. De aquí que haya que investigar cuáles son los canales de esta banda de UHF destinados a televisión comercial, cuáles a televisión rural y cuáles se usan para cable.

También es necesario tener presente que existe un Acuerdo firmado en junio de 1982 que establece el funcionamiento de canales de televisión en la banda UHF a lo largo de la frontera México-estados Unidos. En territorio mexicano son 125 los canales para esta banda y se distribuyen así:

Baja California: 22 canales.
 Chihuahua: 26 ; Coahuila: 20 ; Nuevo León: 12 ; Sonora: 27 ; Tamaulipas: 1

De éstos, algunos ya han sido concesionados y otros no. A continuación se enlistan algunos de los ya ocupados:

Baja California Norte:

Canal 23 de Ensenada, 14 de Mexicali y 33 de Tijuana.

Coahuila: Canal 46 de Ciudad Allende; 34 de Ciudad Acuña; 35 de Monclova; y 23 de Nueva Rosita.

Chihuahua; canal 44 de Ciudad Juárez.

Sonora: Canal 17 de Agua Prieta; 20 de Magdalena Kino; 50 de Nogales y 44 de San Luis Río Colorado.

De los canales anteriormente mencionados hay algunos que son repetidoras del Canal 2 del D.F. y otros que tienen su propia programación. Habría que distinguirlos y en el caso de los segundos describir su programación.

En los casos en que el gobierno del Estado opere alguna estación de televisión, sería pertinente narrar el proceso mediante el cual surgió y describir a grandes rasgos su programación.

VIDEO

En el caso del video todo está por narrarse; habría que comenzar por mencionar en qué año aparece la primera empresa distribuidora de video y señalar su origen. Después distinguir las distintas modalidades de empresas de video que han ido apareciendo en la entidad, señalando cuáles pertenecen a cadenas que operan con el mismo modelo en toda la república. Mencionar qué establecimientos son de carácter local, cuáles se dedican exclusivamente a la renta y cuáles venden cintas. Igualmente habría que señalar la procedencia del material que ofrecen e indicar si existen videos producidos localmente.

Una vez levantados estos primeros datos descriptivos podría alternarse la investigación con encuestas de opinión entre el público usuario.

PRIMERA REUNION DE RESPONSABLES DE LA INVESTIGACION

Se llevará a cabo entre el 24 y el 28 de agosto de 1987 en Monterrey, aprovechando que en esta ciudad estarán reunidos los participantes en el Taller de diseño y evaluación curricular coordinado por el comité académico del CONFICC.

INSTITUCIONES MIEMBROS DE CONEICC EN LOS ESTADOS FRONTERIZOS
DEL NORTE DE MEXICO.

BAJA CALIFORNIA

UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA. TIJUANA
*UNIVERSIDAD AUTONOMA DE BAJA CALI-
FORNIA. MEXICALI.

SONORA

ITESM. OBREGON.
UNIVERSIDAD DE SONORA. HERMOSILLO.
UNIVERSIDAD DEL NOROESTE. HERMOSILLO.

CHIHUAHUA

*UNIVERSIDAD AUTONOMA DE CHIHUAHUA.
CD. JUAREZ.

COAHUILA

UNIVERSIDAD AUTONOMA DE COAHUILA.
SALTILLO.

NUEVO LEON

ITESM. MONTERREY.
UNIVERSIDAD AUTONOMA DE NUEVO LEON.
MONTERREY.
UNIVERSIDAD DE MONTERREY. MONTERREY.
UNIVERSIDAD REGIONMONTANA. MONTERREY.

TAMAULIPAS

*UNIVERSIDAD AUTONOMA DE TAMAULIPAS.
TAMPICO.
UNIVERSIDAD DEL NOROESTE. TAMPICO.
UNIVERSIDAD DEL VALLE DE BRAVO. N.LAREDO.
— UNIVERSIDAD MEXICO-AMERICANA DEL NORTE.
REYNOSA.

* EN PROCESO DE INCORPORACION AL CONEICC.