



ITESM

CAMPUS MONTERREY

INSTITUTO TECNOLÓGICO Y DE ESTUDIOS SUPERIORES DE MONTERREY

CCC
AI
0012

11 de mayo de 1996

Della María Covi Drueta
UNAM, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales
Circuito Interior Mario de la Cueva
Ciudad Universitaria
Delegación Coyoacán
México, D. F.

Estimadas colegas:

Agradezco mucho su interés por colaborar en el III Anuario de Investigación de la Comunicación CONEICC.

Adjunto uno de los dictámenes sobre su artículo. Deseo aclararles que seleccionamos dos evaluadores externos de reconocida trayectoria y solvencia profesional, quienes recibieron su colaboración sin firma ni identificación alguna. Siguiendo las políticas normales de las publicaciones científicas, los nombres de quienes fungieron como dictaminadores de su colaboración se mantienen en el anonimato. Posteriormente les haremos llegar el segundo dictamen.

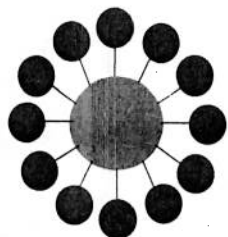
El evaluador aprobó su artículo con modificaciones. Solicita diversas correcciones, las cuales es imprescindible que se lleven a cabo para autorizar su inclusión en el anuario. Les suplico que en un plazo no mayor de un mes me envíen la versión modificada tanto impresa (un original basta) como en disket.

Les reitero el agradecimiento del CONEICC y el mío propio por su interés en este proyecto de reflexión y divulgación.

Atentamente

José Carlos Lozano
Editor del Anuario y
Coordinador de Investigación

CCC
AL
0017



CONEICC

20 AÑOS DEL CONEICC
BALANCE Y PROSPECTIVA
XLI ASAMBLEA GENERAL ORDINARIA

11 de mayo de 1996

Delia María Crovi Drueta
UNAM, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales
Circuito Interior Mario de la Cueva
Ciudad Universitaria
Delegación Coyoacán
México, D. F.

Estimadas colegas:

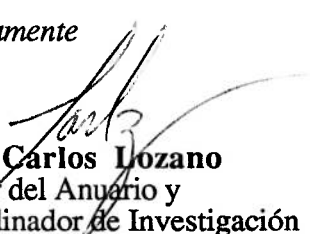
Agradezco mucho su interés por colaborar en el III Anuario de Investigación de la Comunicación CONEICC.

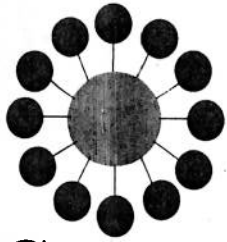
Adjunto uno de los dictámenes sobre su artículo. Deseo aclararles que seleccionamos dos evaluadores externos de reconocida trayectoria y solvencia profesional, quienes recibieron su colaboración sin firma ni identificación alguna. Siguiendo las políticas normales de las publicaciones científicas, los nombres de quienes fungieron como dictaminadores de su colaboración se mantienen en el anonimato. Posteriormente les haremos llegar el segundo dictamen.

El evaluador aprobó su artículo con modificaciones. Solicita diversas correcciones, las cuales es imprescindible que se lleven a cabo para autorizar su inclusión en el anuario. Les suplico que en un plazo no mayor de un mes me envíen la versión modificada tanto impresa (un original basta) como en disket.

Les reitero el agradecimiento del CONEICC y el mío propio por su interés en este proyecto de reflexión y divulgación.

Atentamente


José Carlos Lozano
Editor del Anuario y
Coordinador de Investigación



CONEICC

20 AÑOS DEL CONEICC
BALANCE Y PROSPECTIVA
XLI ASAMBLEA GENERAL ORDINARIA

20 de mayo de 1996

Delia María Covi Drueta
UNAM, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales
Cerrada Sargento Zamora # 50, Los Cipreses
Ciudad Universitaria
México, D. F.

Estimada Delia:

De acuerdo con tu reconocido prestigio académico en el campo de la comunicación en México, me permito solicitar tu colaboración como dictaminador del Anuario de Investigación de la Comunicación CONEICC III.

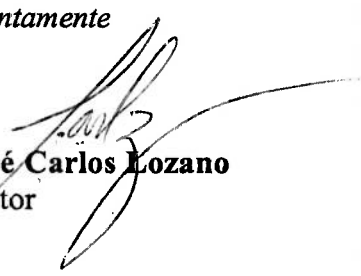
Como sabes, el anuario es un esfuerzo del Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC) para promover y difundir investigación de alto nivel que se realiza en nuestro país. En este esfuerzo, tu participación es muy importante.

Anexos encontrarás los artículos "La oferta televisiva y su percepción por jóvenes de la Ciudad de México" y "Propuesta de un modelo analítico para el estudio de la comunicación política", con sus respectivas hojas de dictamen. Consideramos que, de acuerdo con tu experiencia en esos temas, eres una de las más indicadas para evaluarlos.

Te ruego hacerme llegar tus evaluaciones por fax a más tardar el 24 de mayo.

Muchas gracias por todo.

Atentamente


José Carlos Lozano
Editor

CCC
A1
0012

México D.F., 7 de noviembre de 1995

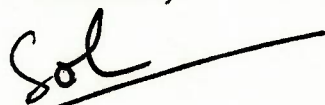
Dr. José Carlos Lozano Rendón
Depto. de Comunicación
ITESM-Campus Monterrey
Sucursal de Correos "J"
64849 Monterrey, N.L.

Estimado José Carlos:

Me dió mucho gusto verte por estos rumbos. La reunión resultó exitosa y todos, mexicanos y canadienses, quedaron muy contentos.

Tal como quedamos te envío un artículo para el anuario de CONEICC, espero estemos a tiempo. Por favor confirmame la recepción y no dudes en ponerte en contacto si hay alguna duda.

Un abrazo,



Soledad Robina B.

Fax: (5) 5896359
Tel: (5) 2942412
A. Postal 10-752
México D.F. 11002

LA FRONTERA Y LA TELEVISION

Delia Crovi Druetta
Soledad Robina Bustos
Florence Toussaint Alcaráz

Facultad de Ciencias Políticas y Sociales

UNAM, Octubre 1995.

¿Por qué la frontera norte de México?¹ Esta frontera, al compartirse con el país más poderoso del planeta, aparece como una zona compleja pero a la vez claramente definida en el discurso de políticos, periodistas y comunicólogos.

El gobierno mexicano a lo largo de las últimas décadas ha diseñado políticas específicas para esa franja que incluyen planes de desarrollo económico, educativo y cultural. Desde el punto de vista jurídico, el área fronteriza se reduce a una franja de entre 20 y 28 kilómetros dentro del territorio mexicano. Sin embargo, para politólogos y académicos "la realidad fronteriza" se extiende a cerca de 200 kilómetros al sur y otros tantos al norte de la línea. La vecindad de México con Estados Unidos le ha dado un sentido especial a su frontera norte. Como en alguna ocasión se ha afirmado: "al rehusarse o afirmarse, ambas naciones se conformaron".

El concepto de frontera lleva en sí la idea de límite. No hay fronteras naturales, hay fronteras históricas que han sido naturalizadas. En este sentido, las fronteras

¹ Este artículo fue elaborado a partir de una amplia investigación "TELEVISION Y CULTURA, MEXICO Y ESTADOS UNIDOS" que recibió apoyo financiero del Fideicomiso para la Cultura México- Estados Unidos (Fundación Rockefeller, Fundación Cultural Bancomer, Fondo Nacional para la Cultura y las Artes) como parte de su programa cultural de 1994.

modernas como delimitaciones territoriales cumplen un determinado número de funciones : legales, fiscales, militares, ideológicas, culturales. Formalmente, las fronteras aparecen como un límite a la expresión de la soberanía, estimulan la contradicción entre la legalidad y la ilegalidad.

Las fronteras no son sólo la interacción entre el centro y su periferia, son el punto de encuentro entre soberanías nacionales. Aunque el nivel de porosidad entre una frontera y otra puede variar, la proximidad significa un choque de poder entre dos comunidades políticas. Cabe señalar aquí, que sólo en el año 1994 se registraron en Puentes Internacionales a El Paso 17,239,543 autos y 6,288,628 peatones.²

En la frontera no se puede vivir aislado. Ambos lados de la línea se permean con la cultura del "otro". La misma ambigüedad de lo español frente a lo indígena lo sienten los mexicanos frente a la cultura política-económica y la potencia de los Estados Unidos. Esta contradicción no sólo la viven las élites mexicanas. La atracción de lo estadounidense entre las clases populares, se mezcla con el rechazo en esas capas hacia la nación vecina, como es en el caso de la actitud frente al maltrato a los trabajadores indocumentados mexicanos en los Estados Unidos o el rechazo a la Ley 187 que intenta excluir de los servicios sociales, educacionales y médicos a los inmigrantes indocumentados. Esto mismo es válido para las clases medias y su encanto por el "american way of life".³

La influencia cultural se traduce en costumbres cotidianas entre el pueblo o en las de Estados Unidos entre la clase media mexicana. Esto significa que para muchos mexicanos, de todos los estratos sociales, el modelo norteamericano constituye un modelo a seguir al mismo tiempo que una amenaza permanente. Este fenómeno es aún más complejo en la frontera norte de México.

Y, ¿por qué la televisión?

² El Paso Times , El Paso Texas, 8 de enero de 1995.

³ Sobre este tema puede consultarse : Plancarte, Roberto (comp.) **CULTURA E IDENTIDAD NACIONAL** , Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, CFE, México 1994

En la mayoría de los países del mundo, en menos de cuarenta años, la televisión ha ocupado un lugar predominante en la vida cotidiana de los seres humanos. En Estados Unidos y en el norte de la República Mexicana, como en todas las regiones industrializadas, se ha instalado en casi todos los hogares.

Los medios de comunicación en la era de las nuevas tecnologías ofrecen múltiples posibilidades y no respetan fronteras. La prensa, el cine, la radio, el video y hoy, sobre todo la televisión son considerados como unos instrumentos que modelan e influyen en el modelo de vida de los habitantes de la zona fronteriza. Así, el desarrollo tecnológico acentúa cada vez más la interdependencia, pero esta interdependencia va también acompañada de muchos desequilibrios y crea desigualdades.

Es difícil aportar datos precisos sobre la penetración que en la actualidad tiene la televisión frente a otros medios. No obstante, hay consenso entre los investigadores del tema cuando afirman que la radio ha sido paulatinamente desplazada por la televisión en las comunidades urbanas y rurales, aún cuando el número de receptores de radio y de estaciones radiofónicas pueda ser mayor que los de televisión. Este fenómeno puede explicarse por el desarrollo tecnológico ya que se han multiplicado sus formas de recepción, y con ello su posibilidad de penetración. Hoy en buena parte de los telehogares no sólo se puede encontrar un televisor sino que también, más de una forma de recibir las señales televisivas con contenidos que son verdaderos forjadores de un estilo y modelo de vida que influye de manera significativa en las sociedades modernas.

Es un hecho entonces que los medios de comunicación son vehículos importantes en la interrelación de los países y en particular en las fronteras. El intercambio de valores culturales encuentra un medio privilegiado en la radio y la televisión, intercambio que en el caso de la frontera norte de México es asimétrico como consecuencia de la desigualdad entre un país y otro. "Puede decirse que la mayor parte de lo que cruza las fronteras internacionales es susceptible de imputación de nacionalidad; sin embargo, esta imputación no es tan fácil cuando se trata de elementos culturales (...) en la medida en que este tipo de elementos son transmitidos más allá de las fronteras por los medios electrónicos de

comunicación, las influencias culturales transnacionales se aceleran en favor de las culturas nacionales de países que tienen mayores recursos invertidos en estos medios".⁴

Tijuana-San Diego y Ciudad Juárez-El Paso son ciudades importantes desde el punto de vista de la oferta televisiva ya que su población tiene acceso directo a los mensajes de ambos lados. En este sentido puede afirmarse que para los medios electrónicos la frontera no existe. Esta zona, es también, sin duda una de las zonas donde más señales se reciben en el continente americano.

La investigación sobre cultura y televisión que se desarrolló en la frontera norte constó de cuatro partes. La primera consiste en una reflexión, que aquí esbozamos, sobre la línea divisoria entre México y Estados Unidos, los fenómenos migratorios, los cruces fronterizos, los flujos culturales, la penetración de los medios de comunicación. Después, describimos con amplitud estos medios informativos y de entretenimiento en las dos ciudades más importantes de la frontera norte: periódicos editados, tirajes, índices de lectura; radiodifusoras en AM y FM, frecuencia de sintonía; siguen en esta investigación el teatro, el cine y el video, lo cual sirve de marco para contextualizar la enorme influencia que tiene la televisión en esa zona.

En tercer lugar nos centramos en la descripción de la infraestructura televisiva de las ciudades estudiadas, esto es el surgimiento y desarrollo de los canales locales, repetidoras y sistemas de televisión por cable. El análisis de los contenidos de la programación local en Tijuana y Ciudad Juárez del lado mexicano y San Diego y El Paso del lado norteamericano cierra nuestro estudio.

¿La televisión mexicana es igual a la de los Estados Unidos? ¿Cuáles son las diferencias? ¿La televisión de la frontera norte de México y la del Sur de los Estados Unidos están permeadas por la del otro lado? ¿Existe una televisión local fronteriza o sencillamente, una de las zonas que recibe más señales en el mundo acepta un poco más de los mismo? ¿Puede hacerse otro tipo de televisión? Estas son sólo

⁴ Citado por Xavier Gorostiaga en "AMERICA LATINA FRENTE A LOS DESAFIOS GLOBALES. LOS NOVENTAS EN UNA COYUNTURA ESTRATEGICA", Estudios Latinoamericanos No.10, UNAM, México, 1991

algunas de las preguntas que en este artículo se intentan responder.

En la frontera norte del país confluyen dos fenómenos que convierten a los medios de comunicación en una pieza clave tanto para entender los cambios que la cultura nacional puede sufrir como para percatarse de la evolución de los propios medios, cuya tendencia a largo plazo se extenderá a toda la República. Por el norte entran las innovaciones, se difunde en mayor cantidad con mayor calidad la tecnología de punta y se inicia la implantación de modelos pioneros, mismos que vienen de Estados Unidos. Asimismo, gracias al fenómeno de la migración masiva, nuestro vecino del norte está sufriendo una seria influencia de México. Los residentes latinoamericanos en Estados Unidos reclaman de los medios servicios acordes con sus características socio-culturales: idioma español, programas que les recuerden sus raíces, artistas mexicanos, música de su país de origen. Este fenómeno hace de la frontera norte un sitio especialmente interesante para estudiar los hechos emergentes con respecto a la cultura y los medios masivos.

Los datos que se aportan tanto sobre la historia de la televisión como sobre la infraestructura y la programación de las ciudades que nos ocupan son numerosos, casi apabullantes, a lo mejor demasiado minuciosos. Nos limitaremos en este espacio a resaltar lo que nos pareció más interesante.

La información obtenida demostró que de los medios de comunicación-información-entretención, el teatro es el que tiene la menor incidencia entre los habitantes de Tijuana y Ciudad Juárez. De hecho, se registra una butaca de teatro por cuatro de cine.

El medio que le sigue es la prensa, con índices de lectura bajos, a pesar de ser de los más altos del país. Las cifras indican que el promedio de lectores consuetudinarios de periódicos para el país a principios de los noventa era de un 28% de los habitantes de 15 años o más, mientras que en la frontera norte el índice era de 42.2%. También la población alfabeta es mayor en los estados del norte que en el resto de

la nación.⁵ Aún así, el periódico de la zona que más tiraje registra es El Mexicano que no rebasa los 100,000 ejemplares.

El cine ha adquirido una importancia mayor aunque las salas cinematográficas no satisfacen en su totalidad la demanda de la población fronteriza, lo que ha traído un rápido desarrollo del video. A título de ejemplo podemos mencionar que sólo en Ciudad Juárez se cuenta con cerca de 200 videoclubes en operaciones. Puede destacarse que durante la temporada invernal, probablemente por el clima tan extremo de la zona, se registran numerosas aperturas de estos establecimientos, así como un aumento en la compra de videograbadoras.

El número mayor de opciones, en cuanto a las posibilidades de sintonizar canales distintos se encuentra en la radiodifusión. Este es el medio que cuenta con la mayor penetración por número de receptores. Aparentemente, Ciudad Juárez-El Paso es una de las poblaciones más comunicadas de América. En la zona hay 37 estaciones de radio (22 FM y 15 AM) y el 98.9 % de las viviendas tienen por lo menos un aparato de recepción.⁶

Las encuestas apuntan que la ventaja radio-televisión en cuanto a penetración es relativa en lo que se refiere a las preferencias del auditorio. La pantalla chica aparece entonces como el medio de comunicación más accesible, con una enorme oferta.

La televisión es una herramienta que permite al espectador aprovecharla de acuerdo con su formación, su gusto y sus necesidades psicoculturales. Sin duda alguna se utiliza fundamentalmente como medio de diversión y para evadirse, ya sea mediante la ficción o los espectáculos y los concursos. Pero también permite a cada uno informarse, adquirir una experiencia concreta del mundo exterior y formarse. Esta fuerza que tiene la televisión es la que nos condujo primero a un exhaustivo recuento de la infraestructura televisiva en la frontera norte de México y

⁵ Lozano, Carlos "Prensa, Radiodifusión e Identidad Cultural en la Frontera Norte", Colef, Tijuana, 1991, p.16.

⁶ Datos aportados por Eduardo Barrera, investigador del Colegio de la Frontera Norte en Ciudad Juárez, febrero 1995.

después al análisis de los contenidos de la programación de esta televisión.

Tal como ya se mencionó, la oferta televisiva en Tijuana y Ciudad Juárez es enorme en relación con la media del país. En Tijuana pueden recibirse 14 canales y en Ciudad Juárez 16, si nos referimos exclusivamente a los que pueden captarse con una antena tradicional y "común y corriente". A título de comparación mencionaremos que en la Ciudad de México en el año 1994 se podía tener acceso a 43 canales de televisión. Sin embargo sólo 8 de ellos se recibían por aire, el resto correspondía a lo denominado como televisión de paga" (Cablevisión, Multivisión, parabólicas).

Esto es que en la zona metropolitana se paga para recibir las cadenas de Estados Unidos mientras que en Tijuana y Juárez llegan gratuitamente. Lo fronterizo de las ciudades estudiadas hace que se defina su televisión como bilingüe y bicultural.

Si bien Televisa es aún la compañía con mayor presencia en la zona: su señal es difundida a través de canales locales, repetidoras, cable y parabólicas, cadenas como Telemundo en Estados Unidos abren hoy brechas para romper el monopolio que la televisión privada mexicana ha ejercido durante varias décadas. De esta manera las cadenas norteamericanas que transmiten en español compiten ya por la audiencia del público hispanoparlante del otro lado de la frontera. En este sentido se puede reafirmar que la frontera no divide culturalmente ya que las señales de televisión no son objeto de ningún tipo de ley, reglamento o control y circulan con toda libertad.

En cuanto a la programación, se desprende del estudio que los contenidos están en gran parte condicionados por la publicidad. La televisión de la frontera norte se caracteriza también por la ausencia de una televisión estatal, educativa y cultural: todos los canales son comerciales. La influencia de los anunciantes que luchan por ganar mercados de los dos lados de la frontera es determinante para estructurar los mensajes.

Los televidentes reciben así también una publicidad bilingüe y bicultural: la originada en sus ciudades, la proporcionada por las cadenas nacionales y la que vienen de

Estados Unidos. Los anuncios publicitarios son aquí el reflejo del constante ir y venir de productos culturales y materiales, parte indiscutible de la vida misma de los habitantes de esa región del país.

No está de más señalar que esta publicidad varía según su procedencia y refleja también las desigualdades latentes entre los dos países en otros campos de la vida económica y cultural. Los anuncios locales, desde el punto de vista de la producción, son más pobres que los nacionales y más aún que los extranjeros, caracterizados por una mayor calidad en su realización.

Lo primero que resalta del análisis de la programación es la enorme cantidad de horas de transmisión semanales: 3.600 sólo entre Tijuana y Ciudad Juárez. La programación originada en los Estados Unidos llega casi al 63% mientras que las señales nacionales y locales juntas sólo alcanzan el 37% en el caso de Tijuana y 48% en el caso de Ciudad Juárez.⁷

A esta desigualdad debe añadirse que de los contenidos de los canales locales de Tijuana, casi el 85% son de origen norteamericano. De tal manera que en realidad no puede hablarse de una televisión fronteriza del norte ya que la producción local es verdaderamente escasa (10% en Tijuana y 20% en Ciudad Juárez) y el canal con mayor rating en la zona es el canal 2 de Televisa. Los canales locales se limitan a producir ciertos noticieros y barras noticiosas, programas musicales y deportivos.

Determinar un criterio para analizar los contenidos de la televisión ha siempre sido una tarea compleja que ha llevado a más divergencias que acuerdos. Partiendo de esta premisa, la selección de cinco categorías de análisis convencionales (ficción, información, variedades, deportes, infantiles) ayudó a reconocer la estructura de la televisión.⁸

En cuanto a los contenidos de la televisión en Tijuana y Ciudad Juárez es evidente que la categoría "ficción"

⁷ Californias TV, Vol.II, No.12, enero 14-20, 1995, Tijuana, y TV Week, The San Diego Union Tribune, jan.15-21, 1995, San Diego.

⁸ Para profundizar en el tema puede consultarse el trabajo de Cov CCC Crovi, Robina y Toussaint **TELEVISIÓN Y CULTURA (EL CASO DE LA FRONTERA NORTE)**, Fideicomiso para la Cultura México-Estados Unidos, México, 1995.

(películas, series, telenovelas) encabeza la lista en cuanto a tiempos de transmisión y se localiza muy por encima de las demás categorías (información, variedades, deportes, infantiles) con un 45% en promedio en las dos ciudades. Lo que confirma nuestra aseveración que la televisión comercial tanto en la frontera como en el resto del país y del mundo es aún un medio casi exclusivamente de entretenimiento.

En segundo término, en cuanto a las categorías de programación, se encuentran ligeras variaciones de una ciudad a otra. Mientras que en Ciudad Juárez aparece la categoría información (noticias, opinión) con 23%, en Tijuana lo hace la de "variedades" (humor, revistas, musicales, concursos) con 25%. Siguen en orden de importancia, en Tijuana "información" e "infantiles" (caricaturas, concursos, revistas) y en Ciudad Juárez "infantiles" y "variedades". La programación de las dos ciudades le dedica menor tiempo a "deportes" (transmisiones, comentarios), ya que esta categoría ocupa la última posición con sólo el 5% del total de horas de la televisión.

Aunque se observan algunas diferencias en los porcentajes de las categorías establecidas en los diversos canales de las ciudades seleccionadas, es importante señalar que la estructura de la programación local de la televisión en la frontera norte es similar en toda la zona y similar también a la del resto del país. Por otra parte, el análisis de la programación de los canales nacionales que se reciben en el norte del país (2 de Televisa y 13 de Televisión Azteca en Tijuana) no muestran diferencias sustanciales entre ellos y la programación descrita antes. En los dos casos el mayor número de horas es dedicado a la información, seguido por las categorías ficción, variedades, infantiles y en último lugar deportes. No obstante, durante el fin de semana, dado el conocido interés del consorcio Televisa en este campo, el número de horas dedicadas al deporte aumenta considerablemente.

La televisión comercial se encuentra condicionada en gran medida por la lucha de los mercados y no se dedica a brindar un servicio público. Esto no puede extrañar a nadie ya que la Ley Federal de Radio y Televisión, que no ha sido modificada desde 1960 en que se expidió favorece a los concesionarios de radio y televisión. El modelo que la

televisión comercial desarrolló desde su inicio ha sido funcional para el Estado, eficiente para sus dirigentes.

Televisa además de gozar siempre del apoyo del gobierno federal se concibió siempre, como un negocio que puede producir altos beneficios con inversiones comparativamente pequeñas. Después de cuarenta y cinco años, el concepto parece no haber cambiado, a pesar de la ruptura del monopolio privado y la aparición en el escenario de Televisión Azteca. Hoy en día, la oferta se ha multiplicado, pero esta mayor oferta de mensajes no significa forzosamente una diversidad de contenidos.

El estudio concluye con la descripción de la infraestructura de la televisión en San Diego y El Paso (27 canales que transmiten en español o en inglés), así como con el análisis de la programación de las señales transmitidas en esas ciudades. Pareciera que aquí la televisión de Estados Unidos está más centralizada que la de México, ya que los canales locales dejan de serlo para convertirse en repetidoras o afiliadas a alguna de las cadenas existentes.

El número de horas de transmisión entre las dos ciudades asciende a 2.136, cantidad bastante menor que la de sus ciudades pares Tijuana y Ciudad Juárez. Los programas con mayor difusión entran también en este caso en "ficción" y también muy por encima de las siguientes categorías: "información" y "variedades", "deportes", "infantiles" y "religión". Esta última categoría está ausente en el análisis de la programación del lado mexicano por razones obvias: su inexistencia.

A diferencia de la televisión fronteriza mexicana, en la del sur de Estados Unidos puede apreciarse una mayor diversidad de programas entre sus canales. En San Diego y en El Paso la población tiene acceso a un canal estatal educativo-cultural (Public Broadcasting System). Además, según la mercadotecnia del lugar o las alianzas con consorcios de cine se añade o se disminuye el tiempo dedicado a la ficción o la información. Por otro lado, no hay una diversidad real entre la oferta televisiva de una ciudad y otra: menor o mayor acceso a ciertas cadenas, más o menos deportes, más o menos recursos económicos.

En la frontera los mexicanos adoptan pautas culturales de Estados Unidos, pero los norteamericanos adoptan pautas culturales de los mexicanos. La televisión no escapa a esta situación. Sin embargo, las desigualdades saltan a la vista tanto en el terreno de la infraestructura como en el de los mensajes, especialmente en el de la procedencia de los materiales transmitidos. Los Estados Unidos llenan sus canales en inglés con sus propios materiales, la importación es escasa. No sucede lo mismo con los canales locales mexicanos donde a menudo los materiales importados superan la producción nacional.

El panorama podría parecer desalentador: más opciones pero más de lo mismo. No es así. Es un hecho ya, que la homogeneidad de la televisión estadounidense ha sido resquebrajada no sólo por las señales mexicanas sino también por las transmisiones originadas allá en español (Univisión y Telemundo), hecho que obedece a la percepción del crecimiento de la población hispana en el territorio norteamericano. Por otra parte, no puede olvidarse que la televisión hispana en Estados Unidos se ha extendido en los últimos años fundamentalmente por que los hispanoparlantes a diferencia de otros grupos étnicos minoritarios rechazan la asimilación completa a la sociedad norteamericana. Como grupo no abandonan su cultura, ni su idioma y ésta es una de las razones por las cuales tienden a agruparse en comunidades donde pueden vivir sin perder su identidad cultural.

Pese a la superioridad de los Estados Unidos en materia de televisión, existe en la frontera una resistencia cultural que se manifiesta tanto en la manera de concebir al espectador como en las expresiones cada vez más numerosas de rescate de géneros propios. La línea fronteriza es compartida por dos naciones, dos idiomas, dos culturas y un patrón mixto de televisión. El reto para México es no dejarse ganar.

En la frontera los mexicanos adoptan pautas culturales de Estados Unidos, pero los norteamericanos adoptan pautas culturales de los mexicanos. La televisión no escapa a esta situación. Sin embargo, las desigualdades saltan a la vista tanto en el terreno de la infraestructura como en el de los mensajes, especialmente en el de la procedencia de los materiales transmitidos. Los Estados Unidos llenan sus canales en inglés con sus propios materiales, la importación es escasa. No sucede lo mismo con los canales locales mexicanos donde a menudo los materiales importados superan la producción nacional.

El panorama podría parecer desalentador: más opciones pero más de lo mismo. No es así. Es un hecho ya, que la homogeneidad de la televisión estadounidense ha sido resquebrajada no sólo por las señales mexicanas sino también por las transmisiones originadas allá en español (Univisión y Telemundo), hecho que obedece a la percepción del crecimiento de la población hispana en el territorio norteamericano. Por otra parte, no puede olvidarse que la televisión hispana en Estados Unidos se ha extendido en los últimos años fundamentalmente por que los hispanoparlantes a diferencia de otros grupos étnicos minoritarios rechazan la asimilación completa a la sociedad norteamericana. Como grupo no abandonan su cultura, ni su idioma y ésta es una de las razones por las cuales tienden a agruparse en comunidades donde pueden vivir sin perder su identidad cultural.

Pese a la superioridad de los Estados Unidos en materia de televisión, existe en la frontera una resistencia cultural que se manifiesta tanto en la manera de concebir al espectador como en las expresiones cada vez más numerosas de rescate de géneros propios. La línea fronteriza es compartida por dos naciones, dos idiomas, dos culturas y un patrón mixto de televisión. El reto para México es no dejarse ganar.

modernas como delimitaciones territoriales cumplen un determinado número de funciones legales, fiscales, militares, ideológicas. Ante todo, las fronteras aparecen como un símbolo de la soberanía, estimulan la cohesión y la legalidad y la ilegalidad.

Robina
A.P. 10752
CP. 11002
México D.F.

Las fronteras de atracción entre el centro y su periferia, son el resultado del encuentro entre soberanías nacionales. Aunque existe porosidad entre una frontera y otra puede variar, la proximidad significa un choque de poder entre dos comunidades políticas. Cabe señalar aquí, que sólo en el año 1994 se registraron en Puentes Internacionales a El Paso 17,239,543 autos y 6,288,628 peatones.²

En la frontera no se puede vivir aislado. Ambos lados de la línea se permean con la cultura del "otro". La misma ambigüedad de lo español frente a lo indígena lo sienten los mexicanos frente a la cultura política-económica y la potencia de los Estados Unidos. Esta contradicción no sólo la viven las élites mexicanas. La atracción de lo estadounidense entre las clases populares, se mezcla con el rechazo en esas capas hacia la nación vecina, como es en el caso de la actitud frente al maltrato a los trabajadores indocumentados mexicanos en los Estados Unidos o el rechazo a la Ley 187 que intenta excluir de los servicios sociales, educacionales y médicos a los inmigrantes indocumentados. Esto mismo es válido para las clases medias y su encanto por el "american way of life".³

La influencia cultural se traduce en costumbres cotidianas entre el pueblo o en las de Estados Unidos entre la clase media mexicana. Esto significa que para muchos mexicanos, de todos los estratos sociales, el modelo norteamericano constituye un modelo a seguir al mismo tiempo que una amenaza permanente. Este fenómeno es aún más complejo en la frontera norte de México.

Matizar;
hay inv.
del
COLEF
q' no
coinciden
con esto

Y, ¿por qué la televisión?

² El Paso Times, El Paso Texas, 8 de enero de 1995.

³ Sobre este tema puede consultarse: Plancarte, Roberto (comp.) CULTURA E IDENTIDAD NACIONAL, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, CFE, México 1994

En la mayoría de los países del mundo, en menos de cuarenta años, la televisión ha ocupado un lugar predominante en la vida cotidiana de los seres humanos. En Estados Unidos y en el norte de la República Mexicana, como en todas las regiones industrializadas, se ha instalado en casi todos los hogares.

Los medios de comunicación en la era de las nuevas tecnologías ofrecen múltiples posibilidades y no respetan fronteras. La prensa, el cine, la radio, el video y hoy, sobre todo la televisión son considerados como unos instrumentos que modelan e influyen en el modelo de vida de los habitantes de la zona fronteriza. Así, el desarrollo tecnológico acentúa cada vez más la interdependencia, pero esta interdependencia va también acompañada de muchos desequilibrios y crea desigualdades.

Afirmación muy vaga

Es difícil aportar datos precisos sobre la penetración que en la actualidad tiene la televisión frente a otros medios. No obstante, hay consenso entre los investigadores del tema cuando afirman que la radio ha sido paulatinamente desplazada por la televisión en las comunidades urbanas y rurales, aún cuando el número de receptores de radio y de estaciones radiofónicas pueda ser mayor que los de televisión. Este fenómeno puede explicarse por el desarrollo tecnológico ya que se han multiplicado sus formas de recepción, y con ello su posibilidad de penetración. Hoy en buena parte de los telehogares no sólo se puede encontrar un televisor sino que también, más de una forma de recibir las señales televisivas con contenidos que son verdaderos forjadores de un estilo y modelo de vida que influye de manera significativa en las sociedades modernas.

citar algunos

Es un hecho entonces que los medios de comunicación son vehículos importantes en la interrelación de los países y en particular en las fronteras. El intercambio de valores culturales encuentra un medio privilegiado en la radio y la televisión, intercambio que en el caso de la frontera norte de México es asimétrico como consecuencia de la desigualdad entre un país y otro. "Puede decirse que la mayor parte de lo que cruza las fronteras internacionales es susceptible de imputación de nacionalidad; sin embargo, esta imputación no es tan fácil cuando se trata de elementos culturales (...) en la medida en que este tipo de elementos son transmitidos más allá de las fronteras por los medios electrónicos de

- hasta ahora no se cita ninguna evidencia empírica
↓
de estaciones televidentes etc.

No en términos cuantitativos; hay más MMC mexicanos en FN

comunicación, las influencias culturales transnacionales se aceleran en favor de las culturas nacionales de países que tienen mayores recursos invertidos en estos medios".⁴

Tijuana-San Diego y Ciudad Juárez-El Paso son ciudades importantes desde el punto de vista de la oferta televisiva ya que su población tiene acceso directo a los mensajes de ambos lados. En este sentido puede afirmarse que para los medios electrónicos la frontera no existe. Esta zona, es también, sin duda una de las zonas donde más señales se reciben en el continente americano.

La investigación sobre cultura y televisión que se desarrolló en la frontera norte constó de cuatro partes. La primera consiste en una reflexión, que aquí esbozamos, sobre la línea divisoria entre México y Estados Unidos, los fenómenos migratorios, los cruces fronterizos, los flujos culturales, la penetración de los medios de comunicación. Después, describimos con amplitud estos medios informativos y de entretenimiento en las dos ciudades más importantes de la frontera norte: periódicos editados, tirajes, índices de lectura; radiodifusoras en AM y FM, frecuencia de sintonía; siguen en esta investigación el teatro, el cine y el video, lo cual sirve de marco para contextualizar la enorme influencia que tiene la televisión en esa zona.

En tercer lugar nos centramos en la descripción de la infraestructura televisiva de las ciudades estudiadas, esto es el surgimiento y desarrollo de los canales locales, repetidoras y sistemas de televisión por cable. El análisis de los contenidos de la programación local en Tijuana y Ciudad Juárez del lado mexicano y San Diego y El Paso del lado norteamericano cierra nuestro estudio.

¿La televisión mexicana es igual a la de los Estados Unidos? ¿Cuáles son las diferencias? ¿La televisión de la frontera norte de México y la del Sur de los Estados Unidos están permeadas por la del otro lado? ¿Existe una televisión local fronteriza o sencillamente, una de las zonas que recibe más señales en el mundo acepta un poco más de los mismo? ¿Puede hacerse otro tipo de televisión? Estas son sólo

⁴ Citado por Xavier Gorostiaga en "AMERICA LATINA FRENTE A LOS DESAFIOS GLOBALES. LOS NOVENTAS EN UNA COYUNTURA ESTRATEGICA", Estudios Latinoamericanos No.10, UNAM, México, 1991

algunas de las preguntas que en este artículo se intentan responder.

En la frontera norte del país confluyen dos fenómenos que convierten a los medios de comunicación en una pieza clave tanto para entender los cambios que la cultura nacional puede sufrir como para percatarse de la evolución de los propios medios, cuya tendencia a largo plazo se extenderá a toda la República. Por el norte entran las innovaciones, se difunde en mayor cantidad con mayor calidad la tecnología de punta y se inicia la implantación de modelos pioneros, mismos que vienen de Estados Unidos. Asimismo, gracias al fenómeno de la migración masiva, nuestro vecino del norte está sufriendo una seria influencia de México. Los residentes latinoamericanos en Estados Unidos reclaman de los medios servicios acordes con sus características socio-culturales: idioma español, programas que les recuerden sus raíces, artistas mexicanos, música de su país de origen. Este fenómeno hace de la frontera norte un sitio especialmente interesante para estudiar los hechos emergentes con respecto a la cultura y los medios masivos.

Los datos que se aportan tanto sobre la historia de la televisión como sobre la infraestructura y la programación de las ciudades que nos ocupan son numerosos, casi apabullantes, a lo mejor demasiado minuciosos. Nos limitaremos en este espacio a resaltar lo que nos pareció más interesante. *Aclarar para para qué años es esta info.*

La información obtenida demostró que de los medios de comunicación-información-entretención, el teatro es el que tiene la menor incidencia entre los habitantes de Tijuana y Ciudad Juárez. De hecho, se registra una butaca de teatro por cuatro de cine.

El medio que le sigue es la prensa, con índices de lectura bajos, a pesar de ser de los más altos del país. Las cifras indican que el promedio de lectores consuetudinarios de periódicos para el país a principios de los noventa era de un 28% de los habitantes de 15 años o más, mientras que en la frontera norte el índice era de 42.2%. También la población alfabeta es mayor en los estados del norte que en el resto de

*Por referencia
bibliográfica*

la nación.⁵ Aún así, el periódico de la zona que más tiraje registra es El Mexicano que no rebasa los 100,000 ejemplares.

declarados o verificados

Fuente
Fuente

El cine ha adquirido una importancia mayor aunque las salas cinematográficas no satisfacen en su totalidad la demanda de la población fronteriza, lo que ha traído un rápido desarrollo del video. A título de ejemplo podemos mencionar que sólo en Ciudad Juárez se cuenta con cerca de 200 videoclubes en operaciones. Puede destacarse que durante la temporada invernal, probablemente por el clima tan extremo de la zona, se registran numerosas aperturas de estos establecimientos, así como un aumento en la compra de videograbadoras.

El número mayor de opciones, en cuanto a las posibilidades de sintonizar canales distintos se encuentra en la radiodifusión. Este es el medio que cuenta con la mayor penetración por número de receptores. Aparentemente, Ciudad Juárez-El Paso es una de las poblaciones más comunicadas de América. En la zona hay 37 estaciones de radio (22 FM y 15 AM) y el 98.9 % de las viviendas tienen por lo menos un aparato de recepción.⁶

Las encuestas apuntan que la ventaja radio-televisión en cuanto a penetración es relativa en lo que se refiere a las preferencias del auditorio. La pantalla chica aparece entonces como el medio de comunicación más accesible, con una enorme oferta.

La televisión es una herramienta que permite al espectador aprovecharla de acuerdo con su formación, su gusto y sus necesidades psicoculturales. Sin duda alguna se utiliza fundamentalmente como medio de diversión y para evadirse, ya sea mediante la ficción o los espectáculos y los concursos. Pero también permite a cada uno informarse, adquirir una experiencia concreta del mundo exterior y formarse. Esta fuerza que tiene la televisión es la que nos condujo primero a un exhaustivo recuento de la infraestructura televisiva en la frontera norte de México y

⁵ Lozano, Carlos "Prensa, Radiodifusión e Identidad Cultural en la Frontera Norte", Colef, Tijuana, 1991, p.16.

⁶ Datos aportados por Eduardo Barrera, investigador del Colegio de la Frontera Norte en Ciudad Juárez, febrero 1995.

después al análisis de los contenidos de la programación de esta televisión.

Tal como ya se mencionó, la oferta televisiva en Tijuana y Ciudad Juárez es enorme en relación con la media del país. En Tijuana pueden recibirse 14 canales y en Ciudad Juárez 16, si nos referimos exclusivamente a los que pueden captarse con una antena tradicional y "común y corriente". A título de comparación mencionaremos que en la Ciudad de México en el año 1994 se podía tener acceso a 43 canales de televisión. Sin embargo sólo 8 de ellos se recibían por aire, el resto correspondía a lo denominado como televisión de paga" (Cablevisión, Multivisión, parabólicas).

Esto es que en la zona metropolitana se paga para recibir las cadenas de Estados Unidos mientras que en Tijuana y Juárez llegan gratuitamente. Lo fronterizo de las ciudades estudiadas hace que se defina su televisión como bilingüe y bicultural.

Si bien Televisa es aún la compañía con mayor presencia en la zona (su señal es difundida a través de canales locales, repetidoras, cable y parabólicas), cadenas como Telemundo en Estados Unidos abren hoy brechas para romper el monopolio que la televisión privada mexicana ha ejercido durante varias décadas. De esta manera las cadenas norteamericanas que transmiten en español compiten ya por la audiencia del público hispanoparlante del otro lado de la frontera. En este sentido se puede reafirmar que la frontera no divide culturalmente ya que las señales de televisión no son objeto de ningún tipo de ley, reglamento o control y circulan con toda libertad.

En cuanto a la programación, se desprende del estudio que los contenidos están en gran parte condicionados por la publicidad. La televisión de la frontera norte se caracteriza también por la ausencia de una televisión estatal, educativa y cultural: todos los canales son comerciales. La influencia de los anunciantes que luchan por ganar mercados de los dos lados de la frontera es determinante para estructurar los mensajes.

Los televidentes reciben así también una publicidad bilingüe y bicultural: la originada en sus ciudades, la proporcionada por las cadenas nacionales y la que vienen de

Poner una sección de método

Estados Unidos. Los anuncios publicitarios son aquí el reflejo del constante ir y venir de productos culturales y materiales, parte indiscutible de la vida misma de los habitantes de esa región del país.

No está de más señalar que esta publicidad varía según su procedencia y refleja también las desigualdades latentes entre los dos países en otros campos de la vida económica y cultural. Los anuncios locales, desde el punto de vista de la producción, son más pobres que los nacionales y más aún que los extranjeros, caracterizados por una mayor calidad en su realización.

Lo primero que resalta del análisis de la programación es la enorme cantidad de horas de transmisión semanales: 3.600 sólo entre Tijuana y Ciudad Juárez. La programación originada en los Estados Unidos llega casi al 63% mientras que las señales nacionales y locales juntas sólo alcanzan el 37% en el caso de Tijuana y 48% en el caso de Ciudad Juárez.⁷

oferta ≠ consumo

A esta desigualdad debe añadirse que de los contenidos de los canales locales de Tijuana, casi el 85% son de origen norteamericano. De tal manera que en realidad no puede hablarse de una televisión fronteriza del norte ya que la producción local es verdaderamente escasa (10% en Tijuana y 20% en Ciudad Juárez) y el canal con mayor rating en la zona es el canal 2 de Televisa. Los canales locales se limitan a producir ciertos noticieros y barras noticiosas, programas musicales y deportivos.

En los objetivos no actuaron q' realizara analisis de genero y por que van que

Determinar un criterio para analizar los contenidos de la televisión ha siempre sido una tarea compleja que ha llevado a más divergencias que acuerdos. Partiendo de esta premisa, la selección de cinco categorías de análisis convencionales (ficción, información, variedades, deportes, infantiles) ayudó a reconocer la estructura de la televisión.⁸

En cuanto a los contenidos de la televisión en Tijuana y Ciudad Juárez es evidente que la categoría "ficción"

⁷ Californias TV, Vol.II, No.12, enero 14-20, 1995, Tijuana, y TV Week, The San Diego Union Tribune, jan.15-21, 1995, San Diego.

⁸ Para profundizar en el tema puede consultarse el trabajo de Cov CCC Crovi, Robina y Toussaint **TELEVISION Y CULTURA (EL CASO DE LA FRONTERA NORTE**, Fideicomiso para la Cultura México-Estados Unidos, México, 1995.

(películas, series, telenovelas) encabeza la lista en cuanto a tiempos de transmisión y se localiza muy por encima de las demás categorías (información, variedades, deportes, infantiles) con un 45% en promedio en las dos ciudades. Lo que confirma nuestra aseveración que la televisión comercial tanto en la frontera como en el resto del país y del mundo es aún un medio casi exclusivamente de entretenimiento.

En segundo término, en cuanto a las categorías de programación, se encuentran ligeras variaciones de una ciudad a otra. Mientras que en Ciudad Juárez aparece la categoría información (noticias, opinión) con 23%, en Tijuana lo hace la de "variedades" (humor, revistas, musicales, concursos) con 25%. Siguen en orden de importancia, en Tijuana "información" e "infantiles" (caricaturas, concursos, revistas) y en Ciudad Juárez "infantiles" y "variedades". La programación de las dos ciudades le dedica menor tiempo a "deportes" (transmisiones, comentarios), ya que esta categoría ocupa la última posición con sólo el 5% del total de horas de la televisión.

Aunque se observan algunas diferencias en los porcentajes de las categorías establecidas en los diversos canales de las ciudades seleccionadas, es importante señalar que la estructura de la programación local de la televisión en la frontera norte es similar en toda la zona y similar también a la del resto del país. Por otra parte, el análisis de la programación de los canales nacionales que se reciben en el norte del país (2 de Televisa y 13 de Televisión Azteca en Tijuana) no muestran diferencias sustanciales entre ellos y la programación descrita antes. En los dos casos el mayor número de horas es dedicado a la información, seguido por las categorías ficción, variedades, infantiles y en último lugar deportes. No obstante, durante el fin de semana, dado el conocido interés del consorcio Televisa en este campo, el número de horas dedicadas al deporte aumenta considerablemente.

La televisión comercial se encuentra condicionada en gran medida por la lucha de los mercados y no se dedica a brindar un servicio público. Esto no puede extrañar a nadie ya que la Ley Federal de Radio y Televisión, que no ha sido modificada desde 1960 en que se expidió favorece a los concesionarios de radio y televisión. El modelo que la

Es importante lo de "inf" en 2do. y 3ero. ¿discal?
Señalar como "limitaciones" y falta de info. sobre consumo.

televisión comercial desarrolló desde su inicio ha sido funcional para el Estado, eficiente para sus dirigentes.

Televisa además de gozar siempre del apoyo del gobierno federal se concibió siempre, como un negocio que puede producir altos beneficios con inversiones comparativamente pequeñas. Después de cuarenta y cinco años, el concepto parece no haber cambiado, a pesar de la ruptura del monopolio privado y la aparición en el escenario de Televisión Azteca. Hoy en día, la oferta se ha multiplicado, pero esta mayor oferta de mensajes no significa forzosamente una diversidad de contenidos.

No discuten implicaciones de la oferta programática ¿bueno o malo? ¿igual?

El estudio concluye con la descripción de la infraestructura de la televisión en San Diego y El Paso (27 canales que transmiten en español o en inglés), así como con el análisis de la programación de las señales transmitidas en esas ciudades. Pareciera que aquí la televisión de Estados Unidos está más centralizada que la de México, ya que los canales locales dejan de serlo para convertirse en repetidoras o afiliadas a alguna de las cadenas existentes.

*¿f...
Y la procedencia de esos géneros USA*

El número de horas de transmisión entre las dos ciudades asciende a 2.136, cantidad bastante menor que la de sus ciudades pares Tijuana y Ciudad Juárez. Los programas con mayor difusión entran también en este caso en "ficción" y también muy por encima de las siguientes categorías: "información" y "variedades", "deportes", "infantiles" y "religión". Esta última categoría está ausente en el análisis de la programación del lado mexicano por razones obvias: su inexistencia.

*o Mex.
No queda claro*

A diferencia de la televisión fronteriza mexicana, en la del sur de Estados Unidos puede apreciarse una mayor diversidad de programas entre sus canales. En San Diego y en El Paso la población tiene acceso a un canal estatal educativo-cultural (Public Broadcasting System). Además, según la mercadotecnia del lugar o las alianzas con consorcios de cine se añade o se disminuye el tiempo dedicado a la ficción o la información. Por otro lado, no hay una diversidad real entre la oferta televisiva de una ciudad y otra: menor o mayor acceso a ciertas cadenas, más o menos deportes, más o menos recursos económicos.

En la frontera los mexicanos adoptan pautas culturales de Estados Unidos, pero los norteamericanos adoptan pautas culturales de los mexicanos. La televisión no escapa a esta situación. Sin embargo, las desigualdades saltan a la vista tanto en el terreno de la infraestructura como en el de los mensajes, especialmente en el de la procedencia de los materiales transmitidos. Los Estados Unidos llenan sus canales en inglés con sus propios materiales, la importación es escasa. No sucede lo mismo con los canales locales mexicanos donde a menudo los materiales importados superan la producción nacional.

may
avanzando

El panorama podría parecer desalentador: más opciones pero más de lo mismo. No es así. Es un hecho ya, que la homogeneidad de la televisión estadounidense ha sido resquebrajada no sólo por las señales mexicanas sino también por las transmisiones originadas allá en español (Univisión y Telemundo), hecho que obedece a la percepción del crecimiento de la población hispana en el territorio norteamericano. Por otra parte, no puede olvidarse que la televisión hispana en Estados Unidos se ha extendido en los últimos años fundamentalmente por que los hispanoparlantes a diferencia de otros grupos étnicos minoritarios rechazan la asimilación completa a la sociedad norteamericana. Como grupo no abandonan su cultura, ni su idioma y ésta es una de las razones por las cuales tienden a agruparse en comunidades donde pueden vivir sin perder su identidad cultural.

Contradice
"adoptar
pautas
culturales"

Pese a la superioridad de los Estados Unidos en materia de televisión, existe en la frontera una resistencia cultural que se manifiesta tanto en la manera de concebir al espectador como en las expresiones cada vez más numerosas de rescate de géneros propios. La línea fronteriza es compartida por dos naciones, dos idiomas, dos culturas y un patrón mixto de televisión. El reto para México es no dejarse ganar.

no en TV, pues no
los hay según vds.

Dictamen del artículo "La frontera y la televisión" para el Anuario de Investigación de la Comunicación CONEICC III

El artículo aborda un tema de gran relevancia para México y que ha sido poco explorado. Ofrece información empírica, asimismo, que es muy útil y novedosa en el contexto de los estudios fronterizos. En ese sentido, ofrece una contribución importante al volumen 3 del anuario.

Hay algunas sugerencias y correcciones que podrían mejorar el trabajo:

1) A lo largo del artículo hay afirmaciones demasiado fuertes sobre la influencia de la televisión en la identidad, las costumbres, la vida, etc. de los fronterizos. Conviene matizarlas ya que tanto las teorías contemporáneas de la comunicación masiva (estudios culturales, por ejemplo), como investigaciones empíricas muestran que los públicos son selectivos y activos, que negocian los significados, los usan y los rediseñan de acuerdo a mediaciones y prácticas sociales. Si el autor está usando otra teoría más radical, conviene explicitarla y matizar señalando que ese enfoque es el que sugiere dicha influencia.

Ejemplos a corregir en el texto:

Pág. 2: "La influencia cultural se traduce en costumbres cotidianas [...] el modelo norteamericano constituye un modelo a seguir [...]"

Pág. 3: "[...] La prensa, el cine, la radio, el video y hoy, sobre toda la televisión, son considerados como unos instrumentos que modelan e influyen en el modelo de vida de los habitantes [...]"

"Es un hecho entonces que los medios de comunicación son vehículos importantes [...]"

Última pág.: "En la frontera los mexicanos adoptan pautas culturales de Estados Unidos, pero los [...]"

Si el autor(a) tiene evidencias de lo anterior, sería conveniente citar obras y autores.

2) En la pág. 3 conviene citar algunos de los investigadores que coinciden en el consenso de que la radio ha sido paulatinamente desplazada por la TV.

3) En la pág. 3 se afirma que hay un intercambio asimétrico de valores culturales principalmente a través de la radio y la televisión y se aclara que esa asimetría va en perjuicio del lado mexicano. La vasta cantidad de estaciones radiofónicas y televisivas mexicanas (en ciertos puntos fronterizos mayor que la estadounidense) contradice esta afirmación. De hecho, los públicos se exponen en mayor medida a los medios electrónicos nacionales que a los norteamericanos (cfr. las obras de Norma Iglesias, José Carlos Lozano y Florence Toussaint). En la pág. 10 del trabajo, de hecho, se menciona que el número de horas de transmisión de las dos ciudades estadounidenses es "bastante menor que la de sus ciudades pares" mexicanas.

4) En la página 4 hay que aclarar mejor que el trabajo presenta únicamente la primera de 4 partes. Al decir "Después describimos con amplitud estos medios..." parece afirmarse que se incluye esa parte en el trabajo mismo.

5) En la pág. 5 y en subsecuentes, hay que ir aclarando en qué años se recopiló la información empírica que se presenta sobre butacas de teatro y de cine, lectura de periódicos, etc.

6) En la pág. 6 aclarar si el tiraje de 100,000 de El Mexicano es declarado o verificado y para qué fecha.

7) En esa misma página aclarar cuál es la fuente que señala la existencia de 200 videoclubes.

8) El análisis de la oferta programática televisiva parece ser la aportación empírica principal del artículo. Conviene incluir una sección de "Método" dentro del trabajo en la que se aclare la población de medios televisivos en Tijuana y Ciudad Juárez, si el trabajo hizo un censo de su programación o se basó en una muestra, las fechas que cubre el análisis de contenido, objetivos o preguntas de investigación, variables principales y cualquier otro dato sobre el procedimiento metodológico seguido en el estudio.

9) NO queda muy claro el por qué es importante analizar la oferta programática de la televisión fronteriza. Para qué puede servir conocer qué géneros prevalecen más, que limitaciones tendrá el conocer la oferta más no el consumo, etc.

10) En la página 8 se afirma que la producción local es verdaderamente escasa. Sin embargo, en la pág. 9 se explica que la categoría "información" aparece en 2do. lugar en Juárez y en 3ero. en Tijuana. Si a eso se abocan las producciones locales, ¿no será que son más numerosas de lo que se implica? ¿O acaso es tan alto el porcentaje por las contribuciones de la nacional y la estadounidense?

11) No se aclara en ningún momento si el análisis de la "oferta televisiva" en Tijuana y Cd. Juárez incluye canales locales, nacionales y norteamericanos, o solo los dos primeros. Si bien se infiere que sí se incluye la tv estadounidense en el análisis, no se explica qué géneros predominan en esta última y cuáles en la oferta nacional/local.

Hay que aclarar también que una cosa es analizar lo que predomina en la oferta global y otra muy distinta lo que predomina en el consumo. La mayoría de los canales norteamericanos en inglés obtienen muy bajos ratings en las ciudades mexicanas de la frontera norte. Aunque no es obligación del trabajo incluir referencias a la recepción, y el estudio de la oferta es meritorio en sí mismo, es necesario discutir las limitaciones o los matices al desconocer lo que ocurre en los procesos de apropiación de los contenidos.

12) Al finalizar la descripción de los géneros predominantes se siente la necesidad de que haya una discusión sobre las implicaciones de dicha oferta. ¿Es deseable? ¿Por qué? ¿Es similar a la que prevalece en el interior del país?

Nombre del artículo "La frontera y la Televisión"

Dictaminador 1 _____
(No se dará a conocer al autor del artículo evaluado)

Resolución B

A. APROBADO SIN MODIFICACIONES

El artículo no requiere ninguna revisión conceptual, metodológica o formal, por lo que se acepta sin modificaciones.

B. APROBADO CON MODIFICACIONES

El artículo hace una aportación importante al conocimiento o revisión crítica de una área del conocimiento, pero requiere de correcciones, agregados, clarificación de ideas o procedimientos. (FAVOR DE ESPECIFICAR EN HOJA APARTE QUE CORRECCIONES DEBERA HACER EL AUTOR).

C. RECHAZADO EN SU FORMA ACTUAL

El artículo tiene serias deficiencias en el manejo crítico de la bibliografía y los enfoques teóricos, en los procedimientos metodológicos, en la interpretación de los hallazgos o en el manejo de las conclusiones. Requiere de cambios radicales en su estructura y contenido. (FAVOR DE ESPECIFICAR EN HOJA APARTE LAS RAZONES POR LAS QUE NO ES PUBLICABLE EN SU VERSION ACTUAL).

ANUARIO DE INVESTIGACION DE
LA COMUNICACION CONEICC III

CCC
AI
0012

Nombre del artículo "La frontera y la televisión"

Dictaminador

Resolución A

NOMBRE

FIRMA

José Carlos Lozano

[Firma]

(No se dará a conocer al autor del artículo evaluado)

A. APROBADO SIN MODIFICACIONES

El artículo no requiere ninguna revisión conceptual, metodológica o formal, por lo que se acepta sin modificaciones.

B. APROBADO CON MODIFICACIONES

El artículo hace una aportación importante al conocimiento o revisión crítica de una área del conocimiento, pero requiere de correcciones, agregados, clarificación de ideas o procedimientos. (FAVOR DE ESPECIFICAR EN HOJA APARTE QUE CORRECCIONES DEBERA HACER EL AUTOR).

C. RECHAZADO EN SU FORMA ACTUAL

El artículo tiene serias deficiencias en el manejo crítico de la bibliografía y los enfoques teóricos, en los procedimientos metodológicos, en la interpretación de los hallazgos o en el manejo de las conclusiones. Requiere de cambios radicales en su estructura y contenido. (FAVOR DE ESPECIFICAR EN HOJA APARTE LAS RAZONES POR LAS QUE NO ES PUBLICABLE EN SU VERSION ACTUAL).

Dictamen del artículo "La frontera y la televisión" para el Anuario de Investigación de la Comunicación CONEICC III

El artículo aborda un tema de gran relevancia para México y que ha sido poco explorado. Ofrece información empírica, asimismo, que es muy útil y novedosa en el contexto de los estudios fronterizos. En ese sentido, ofrece una contribución importante al volumen 3 del anuario.

Hay algunas sugerencias y correcciones que podrían mejorar el trabajo:

1) A lo largo del artículo hay afirmaciones demasiado fuertes sobre la influencia de la televisión en la identidad, las costumbres, la vida, etc. de los fronterizos. Conviene matizarlas ya que tanto las teorías contemporáneas de la comunicación masiva (estudios culturales, por ejemplo), como investigaciones empíricas muestran que los públicos son selectivos y activos, que negocian los significados, los usan y los rediseñan de acuerdo a mediaciones y prácticas sociales. Si el autor está usando otra teoría más radical, conviene explicitarla y matizar señalando que ese enfoque es el que sugiere dicha influencia.

Ejemplos a corregir en el texto:

Pág. 2: "La influencia cultural se traduce en costumbres cotidianas [...] el modelo norteamericano constituye un modelo a seguir [...]"

Pág. 3: "[...] La prensa, el cine, la radio, el video y hoy, sobre todo la televisión, son considerados como unos instrumentos que modelan e influyen en el modelo de vida de los habitantes [...]"

"Es un hecho entonces que los medios de comunicación son vehículos importantes [...]"

Ultima pág.: "En la frontera los mexicanos adoptan pautas culturales de Estados Unidos, pero los [...]"

Si el autor(a) tiene evidencias de lo anterior, sería conveniente citar obras y autores.

2) En la pág. 3 conviene citar algunos de los investigadores que coinciden en el consenso de que la radio ha sido paulatinamente desplazada por la TV .

3) En la pág. 3 se afirma que hay un intercambio asimétrico de valores culturales principalmente a través de la radio y la televisión y se aclara que esa asimetría va en perjuicio del lado

mexicano. La vasta cantidad de estaciones radiofónicas y televisivas mexicanas (en ciertos puntos fronterizos mayor que la estadounidense) contradice esta afirmación. De hecho, los públicos se exponen en mayor medida a los medios electrónicos nacionales que a los norteamericanos (cfr. las obras de Norma Iglesias, José Carlos Lozano y Florence Toussaint). En la pág. 10 del trabajo, de hecho, se menciona que el número de horas de transmisión de las dos ciudades estadounidenses es "bastante menor que la de sus ciudades pares" mexicanas.

4) En la página 4 hay que aclarar mejor que el trabajo presenta únicamente la primera de 4 partes. Al decir "Después describimos con amplitud estos medios..." parece afirmarse que se incluye esa parte en el trabajo mismo.

5) En la pág. 5 y en subsecuentes, hay que ir aclarando en qué años se recopiló la información empírica que se presenta sobre butacas de teatro y de cine, lectura de periódicos, etc.

6) En la pág. 6 aclarar si el tiraje de 100,000 de El Mexicano es declarado o verificado y para qué fecha.

7) En esa misma página aclarar cuál es la fuente que señala la existencia de 200 videoclubes.

8) El análisis de la oferta programática televisiva parece ser la aportación empírica principal del artículo. Conviene incluir una sección de "Método" dentro del trabajo en la que se aclare la población de medios televisivos en Tijuana y Ciudad Juárez, si el trabajo hizo un censo de su programación o se basó en una muestra, las fechas que cubre el análisis de contenido, objetivos o preguntas de investigación, variables principales y cualquier otro dato sobre el procedimiento metodológico seguido en el estudio.

9) NO queda muy claro el por qué es importante analizar la oferta programática de la televisión fronteriza. Para qué puede servir conocer qué géneros prevalecen más, que limitaciones tendrá el conocer la oferta más no el consumo, etc.

10) En la página 8 se afirma que la producción local es verdaderamente escasa. Sin embargo, en la pág. 9 se explica que la categoría "información" aparece en 2do lugar en Juárez y en 3ero

en Tijuana. Si a eso se abocan las producciones locales, ¿no será que son más numerosas de lo que se implica? ¿O acaso es tan alto el porcentaje por las contribuciones de la nacional y la estadounidense?

11) No se aclara en ningún momento si el análisis de la “oferta televisiva” en Tijuana y Cd. Juárez incluye canales locales, nacionales y norteamericanos, o solo los dos primeros. Si bien se infiere que sí se incluye la tv estadounidense en el análisis, no se explica qué géneros predominan en esta última y cuáles en la ofertanacional/local.

Hay que aclarar también que una cosa es analizar lo que predomina en la oferta global y otra muy distinta lo que predomina en el consumo. La mayoría de los canales norteamericanos en inglés obtienen muy bajos ratings en las ciudades mexicanas de la frontera norte. Aunque no es obligación del trabajo incluir referencias a la recepción, y el estudio de la oferta es meritorio en si mismo, es necesario discutir las limitaciones o los matices al desconocer lo que ocurre en los procesos de apropiación de los contenidos.

12) Al finalizar la descripción de los géneros predominantes se siente la necesidad de que haya una discusión sobre las implicaciones de dicha oferta. ¿Es la deseable? ¿Por qué? ¿Es similar a la que prevalece en el interior del país?

Dictamen del artículo "La frontera y la televisión" para el Anuario de Investigación de la Comunicación CONEICC III

El artículo aborda un tema de gran relevancia para México y que ha sido poco explorado. Ofrece información empírica, asimismo, que es muy útil y novedosa en el contexto de los estudios fronterizos. En ese sentido, ofrece una contribución importante al volumen 3 del anuario.

Hay algunas sugerencias y correcciones que podrían mejorar el trabajo:

1) A lo largo del artículo hay afirmaciones demasiado fuertes sobre la influencia de la televisión en la identidad, las costumbres, la vida, etc. de los fronterizos. Conviene matizarlas ya que tanto las teorías contemporáneas de la comunicación masiva (estudios culturales, por ejemplo), como investigaciones empíricas muestran que los públicos son selectivos y activos, que negocian los significados, los usan y los rediseñan de acuerdo a mediaciones y prácticas sociales. Si el autor está usando otra teoría más radical, conviene explicitarla y matizar señalando que ese enfoque es el que sugiere dicha influencia.

Ejemplos a corregir en el texto:

Pág. 2: "La influencia cultural se traduce en costumbres cotidianas [...] el modelo norteamericano constituye un modelo a seguir [...]"

Pág. 3: "[...] La prensa, el cine, la radio, el video y hoy, sobre toda la televisión, son considerados como unos instrumentos que modelan e influyen en el modelo de vida de los habitantes [...]"

"Es un hecho entonces que los medios de comunicación son vehículos importantes [...]"

Última pág.: "En la frontera los mexicanos adoptan pautas culturales de Estados Unidos, pero los [...]"

Si el autor(a) tiene evidencias de lo anterior, sería conveniente citar obras y autores.

2) En la pág. 3 conviene citar algunos de los investigadores que coinciden en el consenso de que la radio ha sido paulatinamente desplazada por la TV.

3) En la pág. 3 se afirma que hay un intercambio asimétrico de valores culturales principalmente a través de la radio y la televisión y se aclara que esa asimetría va en perjuicio del lado mexicano. La vasta cantidad de estaciones radiofónicas y televisivas mexicanas (en ciertos puntos fronterizos mayor que la estadounidense) contradice esta afirmación. De hecho, los públicos se exponen en mayor medida a los medios electrónicos nacionales que a los norteamericanos (cfr. las obras de Norma Iglesias, José Carlos Lozano y Florence Toussaint). En la pág. 10 del trabajo, de hecho, se menciona que el número de horas de transmisión de las dos ciudades estadounidenses es "bastante menor que la de sus ciudades pares" mexicanas.

4) En la página 4 hay que aclarar mejor que el trabajo presenta únicamente la primera de 4 partes. Al decir "Después describimos con amplitud estos medios..." parece afirmarse que se incluye esa parte en el trabajo mismo.

5) En la pág. 5 y en subsecuentes, hay que ir aclarando en qué años se recopiló la información empírica que se presenta sobre butacas de teatro y de cine, lectura de periódicos, etc.

6) En la pág. 6 aclarar si el tiraje de 100,000 de El Mexicano es declarado o verificado y para que fecha.

7) En esa misma página aclarar cuál es la fuente que señala la existencia de 200 videoclubes.

8) El análisis de la oferta programática televisiva parece ser la aportación empírica principal del artículo. Conviene incluir una sección de "Método" dentro del trabajo en la que se aclare la población de medios televisivos en Tijuana y Ciudad Juárez, si el trabajo hizo un censo de su programación o se basó en una muestra, las fechas que cubre el análisis de contenido, objetivos o preguntas de investigación, variables principales y cualquier otro dato sobre el procedimiento metodológico seguido en el estudio.

9) NO queda muy claro el por qué es importante analizar la oferta programática de la televisión fronteriza. Para qué puede servir conocer qué géneros prevalecen más, que limitaciones tendrá el conocer la oferta más no el consumo, etc.

10) En la página 8 se afirma que la producción local es verdaderamente escasa. Sin embargo, en la pág. 9 se explica que la categoría "información" aparece en 2do. lugar en Juárez y en 3ero. en Tijuana. Si a eso se abocan las producciones locales, ¿no será que son más numerosas de lo que se implica? ¿O acaso es tan alto el porcentaje por las contribuciones de la nacional y la estadounidense?

11) No se aclara en ningún momento si el análisis de la "oferta televisiva" en Tijuana y Cd. Juárez incluye canales locales, nacionales y norteamericanos, o solo los dos primeros. Si bien se infiere que sí se incluye la tv estadounidense en el análisis, no se explica qué géneros predominan en esta última y cuáles en la oferta nacional/local.

Hay que aclarar también que una cosa es analizar lo que predomina en la oferta global y otra muy distinta lo que predomina en el consumo. La mayoría de los canales norteamericanos en inglés obtienen muy bajos ratings en las ciudades mexicanas de la frontera norte. Aunque no es obligación del trabajo incluir referencias a la recepción, y el estudio de la oferta es meritorio en sí mismo, es necesario discutir las limitaciones o los matices al desconocer lo que ocurre en los procesos de apropiación de los contenidos.

12) Al finalizar la descripción de los géneros predominantes se siente la necesidad de que haya una discusión sobre las implicaciones de dicha oferta. ¿Es deseable? ¿Por qué? ¿Es similar a la que prevalece en el interior del país?