

CC
AI
1261

TEMA: "La radio ante la competencia y la tendencia de competitividad, de cara al siglo XXI, en Sonora."

PONENTES:

Lic. María Antonieta Castellanos Vázquez

Lic. Lucia Fernanda Celaya Urrea.

Lic. Alán René Coronado Ponce

Ponencia presentada para participar en la mesa de trabajo "Medios de comunicación: Retrospectiva y prospectiva", que es coordinada por la Dra. Mónica Gutiérrez González.

X Encuentro Nacional de CONEICC

Universidad Kino

Enero de 1999

ÍNDICE

I – Introducción	3
I – Desarrollo.....	5
II.1.- Asimilación de estaciones de radio regionales a grupos nacionales.....	5
II.2.- El aprovechamiento Tecnológico.....	8
II.3.- Nuevas tendencias editoriales en la radio sonoreense.....	14
III Conclusiones.....	16
IV Bibliografía.....	17

RESUMEN DE LA PONENCIA

La restricción económica ocurrida en la presente década provocó una competencia y depuración a nivel interno en las estaciones de radio en la entidad. El sustento comercial debe ahora estar basado en los espacios ganados en el público radioescucha.

Entonces se observan como tendencias: el acercamiento de la radio al auditorio radioescucha con el ánimo de buscar sustento comercial, el aprovechamiento tecnológico aún con limitaciones de recursos y en este contexto la justificable asimilación de estaciones regionales a los grupos nacionales.

I.- Introducción:

El carácter de entretenimiento que sustentó por muchos años la radio como característica esencial está compartida, en la actualidad, con las funciones de sensibilizadora de realidades y creadora de actos de demanda social.

Los tiempos actuales exigen a los medios masivos de comunicación, contrario a las teorías propuestas en los 80's, que se apeguen al sentir y a las necesidades de los grupos poblacionales del orbe. Como si la estrategia fuera humanizarse a los públicos.

Otra condición externa es la competencia que a nivel de grupos radiofónicos se está dando en México, lo cual obliga a éstos a generar creativamente estrategias de mantenimiento y consolidación entre los radioescuchas.

La radio, por sus características intrínsecas como medio; de permitir la retroalimentación inmediata y la masificación de contenidos; puede convertirse en la panacea del cambio estructural que los medios de comunicación deben de sufrir al apegarse a las realidades sociales que presente cada comunidad.

Hasta el momento las condiciones de competencia a nivel externo y de competitividad, a nivel interno, están definidas por los 7 grupos radiales, tanto nacionales como regionales, que operan en Sonora. Éstas están dirigidas al

posicionamiento del mercado radioescucha a través de la implementación de tecnologías que brindan la posibilidad de mejorar la fidelidad de las transmisiones diarias.

No se puede objetar que la introducción de nuevas tecnologías es muy importante para las empresas radiofónicas pero igualmente está la humanización como medio al sentir social de los grupos poblacionales a los que se dirigen.

II.- Desarrollo

II.1.- Asimilación de estaciones de radio regionales a grupos nacionales.

En el Estado de Sonora existen 49 radiodifusoras, de ellas dos están consideradas como no comerciales; ocho operan en la banda de Frecuencia Modulada y el resto en Amplitud Modulada.

Las cadenas radiodifusoras que operan en la región son: Grupo ACIR, Radio S.A. y la cadena regional Grupo UNIRADIO.

Con su presencia en el Estado de sonora, los grupos de radio nacionales ya mencionados han consolidado a varias estaciones radiodifusoras en el gusto del auditorio de la región norte.

Desde el lado norte hasta el sur de Sonora, en cada una de sus poblaciones, la música ranchera, nortea, de rock, balada y de todo tipo ha dejado su huella. Y no solo hay presencia musical, sino también informativa, de tipo noticioso, puntos clave que sin duda han dado más fuerza a las estaciones de radio, las cuales a su vez han brindado apoyo por el hecho de llegar a los lugares más recónditos del estado sonorenses.

El combinar música con información y la lucha constante por llegar a cubrir al mayor auditorio posible en el Estado, fue desde el principio una estrategia muy

bien pensada por parte de los grupos nacionales, que hasta el momento los ha mantenido en pie.

Sin duda, otra estrategia por parte de dichos grupos radiales, fue y es, conocer el público al que va dirigido y en todo caso ofrecerle a éste lo que le guste.

La adquisición de nueva tecnología por parte de los grupos radiales nacionales es otra estrategia que permite llegar a un mayor número de radioescuchas. Esto ha sido muy notorio en Sonora donde ha aumentado la cantidad de estaciones radiodifusoras en los últimos años.

Al igual que todo los grupos radiofónicos también se suman a la estrategia de globalización con el fin de mantenerse tanto en el gusto del auditorio como dentro del círculo de los grupos radiales.

Cabe mencionar aquí, que en Sonora tiene presencia Grupo UNIRADIO de característica regional. Éste destaca en toda la región llegando, ahora, a cubrir parte de Baja California.

Grupo UNIRADIO, a la par con los grandes y prestigiosos grupos a nivel nacional ha sobresalido y su lucha constante le ha brindado un lugar dentro del ámbito radial que no piensa abandonar.

Asimismo, como los grupos nacionales, Grupo UNIRADIO desarrolla estrategias como son noticieros propios de la región, además de la transmisión del tan escuchado noticiero Para Empezar, de Pedro Ferriz de Con y a través de los años se abre nuevos y diferentes caminos que lo llevan a consolidarse como el grupo radiofónico sonoreense con mayor futuro.

Grupo UNIRADIO se adentra a la modernidad. Modernidad tecnológica y de persuasión hacia la población. Con nuevo equipo que ofrece una mayor calidad en producción y audición, aunado a la calidad de su programación (música moderna, información noticiosa) y eventos (control remotos, rally del ingenio) entre otro tipo de estrategias Grupo UNIRADIO y sus cinco estaciones son de las más escuchadas en la ciudad de Hermosillo, capital de Sonora.

A pesar de la fuerte competencia que Grupo UNIRADIO enfrenta con las corporaciones radiofónicas nacionales: Radio S.A. y Grupo ACIR que son parte ya de la región por ser las empresas con mayor presencia en el Estado (estaciones radiodifusoras en varias ciudades de Sonora), dicho grupo cumple con el compromiso de entretener e informar a la población que cada vez lo sigue más.

Su mejor estrategia es ser sonoreense y conocer bien a los suyos, lo cual lo ha ayudado a llegar donde está.

II. 2 El aprovechamiento tecnológico.

Los medios masivos de comunicación electrónicos requieren aplicar los adelantos tecnológicos de información como instrumentos de participación de la sociedad para promover la democratización y el cambio social.

Esto dependerá en gran medida de la formación de recursos humanos teórica y prácticamente preparados para mejorar las nuevas tecnologías de información de manera adecuada, y así promover la incorporación y adaptación de equipo actualizado desde la perspectiva de las necesidades regionales.

Con respecto a la industria radiofónica las innovaciones tecnológicas abren mayores posibilidades en el campo de la educación masiva (objetivo de la legislación vigente) y la promoción cultural; por lo que es necesario que en la radio se establezcan criterios bien definidos relativos al uso de la tecnología con propósitos sociales legítimos. Esta labor sólo será posible si se parte de las necesidades reales de las mayorías, y no de intereses minoritarios.

A pesar del proceso lento de incorporación de las nuevas tecnologías a la radio sonoreense, ésta ha tendido a incorporar y orientar a la población a la modernidad, asimismo, ha tratado de reproducir, en los grupos sociales dedicados al campo, formas culturales relacionadas a las actividades agrícolas y ganaderas en contraste con los

formatos creados en las poblaciones fronterizas influenciadas por las formas sociales norteamericanas.

En la capital de Sonora existen dos radiodifusoras no comerciales: Radio Universidad y Radio Sonora. La primera casi con treinta y siete años de fundada, sus objetivos socializadores aún están limitados por la falta de recursos económicos, lo cual no ha permitido de manera total la incorporación de nuevas tecnologías, por lo que la introducción de éstas se ha presentado de manera paulatina y espaciada; aunado a ello los problemas políticos y presupuestales han impedido la modernización del equipo y la capacitación sistemática del personal operativo; sin embargo como muestra del proceso prospectivo que las autoridades universitarias han implementado a través del Plan de Desarrollo Institucional 1997-2001, editado en febrero de 1998, está como estrategia prioritaria en el desarrollo cultural y científico de la Universidad de Sonora la implementación de diferentes programas con importantes recursos para difundir el conocimiento científico, tecnológico y humanista a través de la radio.

En cambio la segunda, inicia operaciones en 1982, se considera que su estructura es propia del gobierno estatal aunque no en forma explícita y jurídica, sin embargo tiene vínculos estrechos que la convierten en la práctica cotidiana en vocero oficial. Lo anterior explica que esta radio (“Una voz para la cultura popular”) posee equipo moderno y actualizado que permite una mayor comunicación entre gobierno y ciudadanos, cuya cobertura abarca casi todo el Estado, y su programación es variada y equilibrada, la cual en su mayoría es propia.

Con respecto a la radio Comercial en el Grupo ACIR se ubica XEDM "La grande de Sonora", 1580 A.M, Con 50,000 Watts de potencia, acorde a la política de avance tecnológico y globalización; tiene una estructura tecnológica innovadora que permite llegar a las colonias periféricas y pueblos alejados de la capital, con programas tan populares como "Radio Periódico, que conduce Fausto Soto Silva, quien comenta la información del momento, con la participación de los radioescuchas por vía telefónica.

En la entidad se considera al Grupo UNIRADIO como el más actualizado, integrado por cinco estaciones: Z93, La Poderosa, Stéreo 100, La Invasora y Globo 590. Posee sistemas computarizados: Z 93, La Poderosa y Stereo 100; las identificaciones y comerciales se producen en computadora, además, en música manejan CD y minidisquette. En La Invasora se usan computadora en los identificadores y comerciales; en el 90% de la música se utiliza computadora. Además de lo anterior este grupo tiene dos sistemas: Dalet que se usa en identificadores, comerciales y música. Cool Edit adecua la programación al tiempo de radio.

Le sigue en modernización tecnológica La Kaliente (XHHLL-FM), la cual tiene equipo técnico moderno como transmisores y receptores. Usa computadora en un 70 % en producción de comerciales y promocionales; la música se trasmite en CD.

Radio Pacífico S.A de C.V utiliza computadoras en un 95 %, además, consola, minidisquette, y discos compactos en un 15 %.

En este mismo sentido, el acercamiento que tienen las radiodifusoras con las innovaciones tecnológicas de Estados Unidos, propicia que las emisiones fronterizas asimilen dichos avances y los apliquen al contexto regional. Una de esas tecnologías es la digitalización de los sistemas de producción y transmisión de los mensajes.

En Sonora las principales radiodifusoras fronterizas son: Nogales: Grupo Genial: XENY-FM (Radio Xeny), XHNI-FM (La Genial), XHNOS (Stereo Láser); Agua Prieta: XHSAP- FM (La Tremenda); San Luis Río Colorado: XECB (Radio Ranchito), XEMW (Sonido Zeta), XHSLRC (La Consentida), XELBL (Radio Centro).

Con respecto a las expectativas del procesamiento tecnológico dirigido a la captación de público, se puede afirmar que los nuevos sistemas telefónicos se han incorporado a la electrónica como un elemento importante, ya que cotidianamente el público se comunica a los medios masivos de comunicación por este conducto para opinar; denunciar situaciones de ilegalidad, inconformidad o injusticia; o simplemente para solicitar la dedicatoria de una melodía.

Las innovaciones de la tecnología telefónica se centran en sistemas basados en computadoras y equipos construidos sobre la base de la electrónica. Así el conmutador electrónico es una computadora altamente sofisticada que registra por separado la actividad de cada línea o número telefónico.

Otro equipo sería muy útil en la radio: Aparato que ha sustituido el sistema rotativo de disco por sistemas digitales en los que cada botón corresponde a una pulsación electrónica de frecuencia determinada, generalmente, tienen memoria para registrar números e instrucciones por ejemplo: acepta llamadas si tiene identificado el origen, reconocen la voz y los impulsos eléctricos de una computadora, por lo que transmiten datos con alta fidelidad, no necesariamente requieren de un cordón que los mantenga unidos a una clavija, sino que se comunican por radio de corto alcance a una base. Gracias al avance tecnológico algunas conexiones van dejando atrás los cables de cobre para utilizar nuevas formas de enlace que no consumen recursos naturales no renovables más eficientes y baratos, así como fibra óptica y formas de rayo láser.

Lo ideal sería que las radiodifusoras de la entidad tuvieran ese equipo tan sofisticado que facilitaría el proceso de comunicación y la participación de la opinión pública. A falta de ello mínimo deben tener un conmutador con diez líneas para satisfacer la demanda de radioescuchas que desean participar.

Las innovaciones tecnológicas en telefonía son necesarias en la radio hablada, la cual tiene sus orígenes en los programas de noticias cuya relevancia data desde los años cuarenta, época que coincide con la segunda guerra mundial pues se integró para satisfacer estrategias de información de acontecimientos del movimiento bélico, posteriormente, cumple otra función destinada primordialmente al entretenimiento. La información en radio no estaba bien desarrollada, por lo cual existían breves noticieros

intercalados entre anuncios y canciones. Es hasta 1973 que aparecen los espacios periodísticos de larga duración.

La radio hablada significa una nueva cultura radiofónica en Sonora, por lo cual las dos radiodifusoras (XEDL y XEDM) con más raiting en este género deben capacitar con el fin de profesionalizar a los comunicadores. A ella acude el auditorio porque necesita ser informado de los problemas de la vida pública a nivel nacional y local; por lo cual debe haber pluralidad en la programación con diferentes temas dirigida a distintos públicos con diferentes ideologías. Esto es lo que hace que la radio hablada sea más atractiva para lograr este proyecto es necesario que los comunicadores aprovechen los avances tecnológicos adecuadamente y se defina el perfil social del comunicador del año 2000, a la vez que se crea un sistema radial más comprometido con la sociedad que con los intereses políticos y particulares.

La introducción de nuevas tecnologías a la industria radiofónica permite el desarrollo de nuevos esquemas de contenido de las emisiones diarias tendientes al posesionamiento de público al hacerse éstas atractivas y convincentes; es decir, convierte a las estaciones en empresas más competitivas, ya que el mensaje se emite con más claridad, se abarca más extensión de público, con mayor prontitud llegan los mensajes a los radioescuchas.

II.3 Nuevas tendencias editoriales en la radio sonorense

Los grupos radiofónicos en Sonora mantienen, por lo menos, un espacio informativo diario orientado a difundir información y proporcionarles un espacio en vivo a líderes sociales, políticos y empresariales.

Pero actualmente la dinámica competitiva nacional obliga a que las empresas radiales diseñen e implementen estrategias que involucren al público, lo hagan participar, imprimiéndole así un carácter más humano.

Algunas de las medidas adoptadas en programas noticiosos como: Escúchelo Bien, del Grupo Uniradio, Primera Emisión de Radio Sonora, Radioperiódico, de Grupo Acir, Encuentro de Radio S.A., Entre Todos, que no pertenece a ningún grupo, son:

1. Establecerse como tribunas públicas, en las cuales se permita la exposición de problemas sociales que afectan a colectividades.

Este esquema permite que se maneje la sensibilidad del radioescucha apegado a los requerimientos de la propia comunidad.

2. La decisión de elección de los personajes públicos para entrevistas en vivo está a cargo de los propios radioescuchas, ya que ellos, a través de llamadas telefónicas pueden ejercer este derecho.

3. Creación de los espacios informativos como programas de servicio social. Esta característica permite que se apoyen a personas de la comunidad que sufren algún percance físico o emocional o algún tipo de desatención por parte de alguna autoridad pública. De esta forma, también se patentiza la conciencia y la solidaridad de la comunidad a esta persona.
4. Establecer el manejo informativo de un acontecimiento social en base a sondeos populares a personas que lo comparten geográfica y socialmente. Esto permite obtener la preocupación ciudadana de manera directa para que la autoridad correspondiente determine o proponga una línea de trabajo sobre el mismo.
5. Establecer debates públicos entre diferentes autoridades encomendadas a buscar el desarrollo social de la comunidad y también representantes de la misma.

Todo lo anterior determina un nuevo estilo de hacer periodismo radiofónico en Sonora alejado de la lectura, principalmente, de noticias publicadas en los periódicos diarios de la región y del incipiente análisis valorativo de los locutores. Por el contrario, el esquema de los espacios noticiosos parece ser un organismo vivo y social de atención a las demandas colectivas de los radioescuchas.

Una de las necesidades del periodismo radiofónico en la entidad, desde hace menos de cinco años, fue el de conformar equipos de reporteros propios que cubrieran las principales fuentes de información de la sociedad. Esto con la

intención de ser más competitivos e imprimirle un rasgo de la personalidad editorial de cada grupo radiofónico.

Actualmente todos los programas informativos que se transmiten en las principales ciudades del Estado tienen dicha característica, hasta Radioperiódico, perteneciente a Grupo Acir, el cual por más de dos décadas se catalogó como un simple lector de noticias aparecidas en los diarios.

Otro elemento de competencia para los programas periodísticos radiofónicos en la región es la transmisión del noticiero radiofónico nacional Para Empezar, el cual establece elementos para captar la atención de los receptores locales de información.

Es innegable la importancia que asumen los receptores en un esquema comunicacional. Tanto así que sin ellos la interacción no podría generarse. De lo anterior se deriva la visualización que la radio hace de sus públicos como actores básicos de la estructuración de los contenidos de su programación.

La radio como medio posee la característica única, sobre los demás instrumentos de comunicación de masas, de la inmediatez de los mensajes y la obtención simultánea de respuestas generadas por éstos. Además las condiciones tecnológicas que vive en la actualidad permite cerrar el ciclo de la retroalimentación inmediatamente.

En Sonora, los públicos radiofónicos poseen y ejecutan el derecho de opinar y exigir cambios en los esquemas de programación que están recibiendo a diario; desde espacios musicales, entrevistas de entretenimiento hasta el manejo periodístico de los acontecimientos de carácter público.

Uno de los instrumentos de retroalimentación más importantes para las estaciones de radio es el teléfono, porque las mediciones que realiza cada empresa radiodifusora se basa en el número de llamadas que a diario capta del público.

Por lo anterior el teléfono se convierte en la principal estrategia que tiene tanto la estación como el público para generar la interacción social.

Respecto al vínculo formado y consolidado entre los espacios informativos y el teléfono, éste permite la generación de:

1. Participación directa entre el público y el funcionario entrevistado.
2. Solicitud de entrevistas a posibles líderes de opinión sobre eventos de carácter social.
3. La dinamicidad en los esquemas de transmisión de los mensajes al público.

Los esquemas de producción radiofónica, basados hasta hace unos años sólo en la lectura de las informaciones generadas por los medios impresos ha sido modificada por la exigencia de los públicos de crear tribunas públicas que permitan la exposición de problemas sociales que afectan a colectividades. Este

elemento permite que las empresas radiofónicas se acerquen a la sensibilidad de los receptores a los cuales se deben como medios de comunicación.

Las estaciones de radio que manejan dicha característica agregándole el análisis, la denuncia y la crítica se mantienen en Sonora entre las de mayor credibilidad que aquellas que se han politizado brindando su apoyo a un partido político o a un personaje que participa en política.

Quizás y los escenarios sociales en México y en Sonora están exigiendo que los medios masivos de comunicación volteen y atiendan informativamente a sectores de la población que ya no se conforman con una simple declaración, sino que demandan exposiciones argumentadas y compromisos sobre temas de repercusión social. Con esto se contrapone la teoría de masificación conocida como “la aldea global” propuesta en la década de los 80’s por Marshall MacLuhan y que determina que los contenidos de la comunicación tecnificada adoptarán un carácter universal y unificador de grandes grupos sociales, sin importar la individualidad del ser humano.

En esencia, la inminente preocupación social de los medios masivos de comunicación deben ser los fenómenos que se presentan en cada sociedad y la forma de participación de cómo resolverlos, máxime cuando pueden competir y consolidarse a su esencia regional.

Conclusiones

La introducción de nuevas tecnologías a la industria radiofónica no sólo produce cambios económicos, políticos y sociales, sino que además genera cambios que refuerzan las tendencias de la formación social e influye en ellas para la atención de las demandas populares.

La industria radiofónica en Sonora ha incorporado las innovaciones tecnológicas a su operatividad en forma adecuada; ello le permite garantizar una mayor calidad en lo que a sonido y producción se refiere.

Independientemente del equipo modernizado o no, la función social de la radio es promover la cultura, proporcionar entretenimiento e información, sin descuidar la capacitación y los estudios de gustos de mercado de manera permanente.

La radio en Sonora, cumple con ello y de cara al siglo XXI porque se está logrando la competitividad ofreciendo mayor atención a las demandas populares. Pero no sólo impacta a la estructura social determinada por el contexto económico y político, sino que tiende a dar fuerza a los sectores dominados permitiendo minimizar la brecha entre ricos y pobres.

Bibliografía.-

Romo Gil, María Cristina.

Introducción al Conocimiento y Práctica de la Radio.

Diana.

Rota Joseph y otros.

Tecnología y Comunicación.

Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la
Comunicación CONEICC.

Universidad Kino

La Historia de la Radio en Sonora.

Vazquez Ruiz Miguel Angel.

Sonora hacia el 2000: Tendencias y Desafíos.

Talleres de Impresora SINO. 1993.

CCL

AI

1261

CURRICULUM VITAE

LIC. LUCILA HINOJOSA CORDOVA

Licenciada en Ciencias de la Comunicación. Egresada de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la UANL, actualmente cursa la Maestría en Ciencias de la Comunicación e imparte la materia de Seminario de Investigación en el nivel Licenciatura.

Requerimento Técnico:

Proyector de acetatos.

Tel y Fax 357-50-00
 357-88-32
 357-88-85
 357-87-79

E-mail: jarodrig@ccr.dsi.uanl.mx

LIC. MA. ROSALIA GARZA GUZMAN

Licenciada en Ciencias de la Comunicación. Egresada de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, del ITESM, cursó el diplomado de Investigación en Psicoterapia Gestalt y actualmente cursa la Maestría en Ciencias de la Comunicación e imparte la materia de Psicología General y Psicología Social en el nivel Licenciatura y se desempeña en el cargo de Secretaría Académica de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la UANL.

Requerimento Técnico:

Proyector de acetatos.

Tel y Fax 357-50-00
 357-88-32
 357-88-85
 357-87-79

E-mail: mariarga@ccr.dsi.uanl.mx

**ESTUDIO COMPARATIVO DE LA OFERTA
CINEMATOGRAFICA EN EL ÁREA METROPOLITANA DE
MONTERREY, N.L., 1991 – 1998**

**MA. ROSALIA GARZA GUZMAN Y LUCILA HINOJOSA CORDOVA
UNIVERSIDAD AUTONOMA DE NUEVO LEON**

**Propuesta de Ponencia para el X Encuentro Nacional CONEICC,
"Comunicación a la luz del nuevo milenio". Colima, México,
3 – 5 de marzo de 1999**

Monterrey, Nuevo León, enero de 1999

ESTUDIO COMPARATIVO DE LA OFERTA CINEMATOGRAFICA EN EL AREA METROPOLITANA DE MONTERREY, N.L., 1991 – 1998

RESUMEN

En este estudio de carácter exploratorio se hace un análisis comparativo de la oferta cinematográfica en los cines del área metropolitana de Monterrey, N.L. , antes y después de la firma del Tratado de Libre Comercio y de la promulgación de la Ley Federal de Cinematografía, ambos firmados en 1992, para conocer su impacto en la oferta de la cartelera fílmica en cuanto a los países de procedencia de las películas que se exhiben, evolución de los géneros fílmicos ofertados y desaparición o surgimiento de salas cinematográficas .

La técnica de investigación empleada fue el análisis de contenido, aplicado a la cartelera cinematográfica, publicada en dos periódicos de la localidad, mediante un muestreo probabilístico de dos semanas por año de estudio (1991 y 1998).

De este estudio se concluye que la tendencia está orientada hacia la contracción de la producción cinematográfica nacional, la concentración en pocas empresas de la mayoría de las salas de exhibición y una evidente transnacionalización monopólica, esto es de Estados Unidos, de la oferta fílmica en el área metropolitana de Monterrey.

INDICE

INTRODUCCIÓN	1
.....	
ANTECEDENTES	2
.....	
METODO	10
.....	
RESULTADOS	13
.....	
CONCLUSIONES	20
.....	
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	21
.....	

I. INTRODUCCIÓN

Hablar del cine mexicano de la última década es referirse a un fenómeno que se inserta en un contexto marcado por un proceso de transición democrática inestable, con alta polarización política y por una crisis económica prolongada aunada a los efectos de la globalización comercial y tecnológica, factores todos, que han ocasionado profundas transformaciones en los medios de comunicación (ahora llamadas industrias culturales).

El cine no escapa a los factores enunciados. Actualmente, se encuentran en "el ojo del huracán" discusiones que se están llevando a cabo en el Congreso de la Unión, relativas a la crisis del cine que se ve reflejada en una casi nula producción, monopolización de distribución y exhibición, y desigualdad de oferta como bien de consumo cultural. De hondas raíces en nuestro país y relegado por mucho tiempo de una política cultural que contribuya a su conservación y desarrollo como patrimonio cultural, el cine parece que al fin recibe la atención de los diversos sectores parlamentarios y sociales para su revisión y valoración.

De acuerdo a lo expuesto, esta investigación trata acerca del cine en Monterrey, Nuevo León, más concretamente, la oferta cinematográfica considerando lo que se exhibe en las salas de cine de la localidad. El estudio es exploratorio, busca hacer un análisis comparativo de la oferta cinematográfica en los cines locales, antes y después del TLC y de la Ley Federal de Cinematografía, ambos firmados en 1992, con el objeto de saber cómo han repercutido, los cambios que se han dado en cuanto a los países de procedencia de las películas que se exhiben, así como dar cuenta de la evolución de los géneros filmicos exhibidos y de la desaparición o surgimiento de salas cinematográficas.

La idea surgió a raíz de ver publicado en un periódico de la localidad una nota referente a la inauguración de un nuevo teatro en la ciudad en un espacio que antes estaba destinado a sala de cine, el Aracely. El Aracely era un cine que hace 10 años era frecuentado, junto con otros como el Rodríguez, Alameda, Encanto, Lírico, los cuales han desaparecido y que en ese entonces cumplían una función social de proporcionar diversión y esparcimiento a las clases populares regiomontanas. Cines, donde por un precio accesible (considerablemente menor al

salario mínimo que es casi el costo de un boleto en las nuevas salas "multi" de la actualidad), las familias de Monterrey podían disfrutar de la oferta, que en ese entonces era mayor en cantidad y diversidad de la que hoy se ofrece.

A través de esta investigación se busca saber cuántos de los cines que se anunciaban en la cartelera cinematográfica en 1991 (previo al TLC y a la Ley Federal de Cinematografía de 1992) han desaparecido para 1998; qué porcentaje de películas de producción nacional se exhiben con respecto a las internacionales en las salas de cine regiomontanas, y si ha habido modificaciones en cuanto a los géneros de las películas exhibidas en 1998 con respecto a 1991.

Para realizar esta investigación se partió de la perspectiva teórica de la economía política crítica de los medios de comunicación de masas, describiendo las condiciones macro que en 1991 y 1998 han incidido en la producción, distribución y exhibición de cine en México. También se hace referencia, de manera muy general, a las condiciones en las que se establecieron acuerdos con respecto a las industrias culturales en la firma del Tratado de Libre Comercio de América del Norte y que afectan al cine, así como la exposición y actual discusión en la que se encuentra actualmente la legislación de la industria cinematográfica, por considerar que todos estos factores han afectado, también, la oferta fílmica de la ciudad de Monterrey, Nuevo León.

II. ANTECEDENTES

Se abordará el problema desde tres ejes: primero, un análisis de la industria fílmica desde la teoría de la economía política crítica de los MCM en sus aspectos de producción, distribución y exhibición antes y después del TLC, tomando como referencia el año 1986 por haberse encontrado datos confiables acerca de esos aspectos y de 1997 como recuento de año; en segundo lugar se analizarán las implicaciones que el TLC trajo como consecuencia a la industria cinematográfica; y, finalmente, se expondrá y discutirá la Ley de Cinematografía de 1992 que todavía es vigente.

La teoría de la economía política crítica analiza los condicionantes que desde el exterior y a nivel macro inciden en la producción, distribución y recepción de los mensajes que se difunden a través de los MCM en una economía mundial capitalista. Bajo esta perspectiva, los MCM se consideran como "industrias culturales" que sirven a la difusión de la ideología dominante de quienes poseen la propiedad y control de los MCM.

Los autores identificados con esta corriente (Schiller, Hamelink, Mattelart, Esteinou, Beltrán y Fox, por mencionar algunos de los citados por Lozano, 1996, p. 82-83) "comparten -con algunas diferencias entre sí- una perspectiva económico política en sus análisis de la comunicación de masas. Por lo general, su visión es macro. Analizan los condicionantes externos a los medios, en especial los económicos (anunciantes, cadenas o grupos empresariales a los que pertenecen), los políticos (relación con el gobierno, regulaciones legales que rigen su funcionamiento, mecanismos de censura y autocensura), y los ideológicos (visiones del mundo de los propietarios y de los agentes externos que los influyen, ideología dominante en la sociedad en que funcionan los medios)".

Las investigaciones desarrolladas bajo este enfoque han demostrado que la propiedad y control de las organizaciones de medios, incluyendo el cine, se encuentran en manos de unas cuantas corporaciones que poseen el capital, los recursos humanos y tecnológicos para controlar el flujo de mensajes, de una forma considerable, a nivel mundial. Esto no se refiere sólo a la producción de los mismos, sino también a la distribución (que incluye la exhibición) y el consumo entre grandes audiencias, en países menos desarrollados y que, además, no tienen leyes proteccionistas que fomenten e incentiven las industrias culturales nacionales.

Este estudio se centrará en el análisis de dos condicionantes en particular, por considerar que son los que más han afectado a la industria del cine y a la oferta de películas exhibidas actualmente en las salas cinematográficas regiomontanas: el TLC, formalizado en 1992, y la Ley de Cinematografía aprobada ese mismo año. Pero antes de analizar el estado actual del problema que nos ocupa, se hará un recuento de las condiciones en que la industria filmica se encontraba antes de la firma del TLC y era vigente la anterior Ley de Cine que data de 1949.

Desde que se comenzó a consolidar la industria cultural del cine (Getino, 1990), al término de la Segunda Guerra Mundial, Estados Unidos se convirtió en el primer exportador y distribuidor de películas a nivel mundial. En 1982, once compañías producían en Estados Unidos el 93% de la actividad de cine y televisión, con una utilidad de 2,061 millones de dólares, de los cuales procedieron del exterior alrededor de 718 millones de dólares, a pesar de que su producción fuera menor a la de otros países subdesarrollados, como el caso de la India, cuya producción anual cinematográfica oscilaba entonces entre 500 y 600 largometrajes al año, frente a unos 200 en igual periodo en Estados Unidos.

Igualmente, en el caso de los ingresos, participando apenas con el 5 ó 6% de los largometrajes producidos en el mundo (sin considerar a los países del bloque socialista de entonces), las compañías estadounidenses manejaban el 32% de los filmes importados en el nivel mundial y obtenían el 50% de la recaudación en las salas, mientras que una cantidad equivalente de producciones latinoamericanas apenas lograba recaudar, en el mejor de los casos, un volumen de recursos 20 ó 30 veces menor (de 70 a 80 millones de dólares).

Si además de lo anterior, se agrega que en ese entonces el 60% de las pantallas del mundo capitalista estaban ocupadas con las producciones fílmicas estadounidenses, no es difícil advertir el impacto que esto traería consigo sobre la industria cinematográfica de los países latinoamericanos, tanto en la producción, distribución y exhibición. Junto a estos componentes aparecen otros, de los que destaca por su importancia el de las instituciones gubernamentales encargadas de definir políticas para la actividad, la regulación, el fomento, la censura, o simplemente el "dejar hacer" según la ley del más fuerte, que es lo que ocurre en los países latinos.

México era el segundo país en orden de importancia en cuanto a presencia estatal en la producción y comercialización cinematográfica. Dicha presencia se fue reduciendo sensiblemente al pasar los años. La producción local, según la Asociación de Productores de Películas Mexicanas (citada por Getino, 1990) de entonces, apenas ocupaba el 20% en pantalla,

pese a contar con un volumen de 80 a 90 largometrajes al año; según los organismos estatales, ese tiempo era de 30 a 33%. Pero la ley vigente (la de 1949) establecía la obligatoriedad de un 50% para las películas nacionales, lo cual no se cumplía.

Por otra parte, aunque existen legislaciones -como la de México- que prohíben la asociación empresarial entre exhibidores y distribuidores o productores, los grupos más fuertes de la distribución local son propietarios en la mayor parte de los países de importantes circuitos de exhibición. Esto les permite un control casi total de los mercados internos, lo cual se explica principalmente por su asociación directa con los *majors* o con las productoras independientes estadounidenses o europeas.

En 1986, de 336 películas estrenadas en ese año, 175 (más del 50%) eran de procedencia estadounidense, 78 correspondían a empresas productoras nacionales y las 83 restantes provenían de 19 países (Italia, 16; Gran Bretaña, 11; Francia, 9; España, 5; Brasil, 5; Argentina, 4; Cuba, 2). Como se observa, las empresas más beneficiadas en ese año fueron las productoras estadounidenses a la cual dedicó sus mayores esfuerzos la distribución local, estatal o privada, y representaron entre el 65% y 70% de las recaudaciones nacionales (Getino, 1990).

Los datos proporcionados por Getino (1990), se infiere que las condiciones de la producción, distribución y exhibición de películas en nuestro país era entonces dominada por la empresas estadounidenses, además de que la industria fílmica mexicana mostraba una tendencia al decrecimiento.

Situados ya en los 90's, Sánchez Ruiz (1997) describe la situación crítica en que la industria cinematográfica nacional se encuentra actualmente y que se ha traducido en tres principales rasgos: a) un proceso casi inexorable de contracción, en particular de la producción nacional; b) otro de concentración en unas pocas empresas, tanto de la producción como de la distribución y la exhibición; y c) una acelerada transnacionalización, es decir, un cada vez mayor articulación subordinada al mercado mundial, a su vez dominado por la industria cultural más poderosa del mundo: la de Estados Unidos. Como por ejemplo, de 104 filmes producidos en 1990, en 1991 se produjeron 36 y, en 1996, 16. También a disminuido la cantidad de

productoras mexicanas en activo, ya que de 152 compañías mexicanas de largometrajes que había en 1995, en 1997 se redujeron a 89.

En el renglón de la distribución también se observa una concentración, a la vez que un proceso de transnacionalización. Actualmente son tres las compañías distribuidoras que manejan las películas más taquilleras en México (90% de ellas), dos transnacionales de Estados Unidos y una transnacional mexicana. A la vez que las compañías distribuidoras han disminuido, también las películas mexicanas que se exhiben en las salas: de más de la mitad en 1980, a menos de un tercio en 1993.

Según el estudio realizado por Sánchez Ruiz en 1997, la mayor baja en cantidad de salas se presentó en el año de 1993 (1,415 salas), sin embargo el descenso más significativo de espectadores fue en el año 1995 (70 millones), año posterior a la crisis económica y política que sacudió a nuestro país. De ahí en adelante, aparentemente ambos, salas y espectadores, muestran signos de recuperación.

Otros datos significativos en cuanto a exhibición que proporciona Sánchez Ruiz se refieren a la modificación que las salas de cine antiguas están teniendo, donde la sala grande e individual está siendo sustituida por un nuevo concepto "multiplex" traído de Estados Unidos y que agrupa varias salas pequeñas, en un mismo edificio, donde igual se exhiben distintas películas, como se puede repetir la misma en varias salas. La segmentación de mercado, concepto mercadológico que define las estrategias de mercado de bienes y servicios, se extiende también a la de los bienes culturales como la oferta cinematográfica.

La contracción de la producción y la concentración de la distribución y exhibición ha repercutido en la oferta que exhiben las carteleras cinematográficas, donde la oferta de filmes estadounidenses ha venido creciendo. Mientras que en los 80's la mitad de las películas de estreno, en promedio, eran de Estados Unidos, en los noventas llegan casi a 60% (Sánchez Ruiz, 1997).

En otro estudio, Marién Estrada (1998) también hizo un recuento de los avances de 1997, que sirven como punto de referencia para nuestra investigación.

Estrada (1998, p. 21) menciona que 1997 pasará a la historia por ser un año en el que se vio un interés por el rescate del cine nacional de parte del Gobierno Federal y del Presidente Ernesto Zedillo en concreto. Prueba de ello, es el haber otorgado 135 millones de pesos al Fondo de Producción Cinematográfica.

Sin embargo, estos esfuerzos se han visto empañados por el aplazamiento de las reformas a la Ley de Cinematografía que entró en vigor en 1992, bajo la presidencia de Carlos Salinas de Gortari y que dejaba en desventaja la industria fílmica nacional ante las extranjeras.

Hablar de la oferta fílmica en México, menciona Estrada (1998), es referirse a la vieja historia de dominación, de competencia desleal. En la Ciudad de México se estrenaron comercialmente 320 películas, de las cuales 219 fueron estadounidenses, es decir, el 68.44% del total; y 16 mexicanas, o sea el 5%. El avance del cine hollywoodense no sólo no se ha detenido en los últimos años, sino que además ha aumentado. (En esto coincide la autora con Sánchez Ruiz, 1997).

La autora menciona también el avasallamiento que sufrieron los cines populares y anticuados por parte de los consorcios exhibidores con capital foráneo -Cinemex, Cinemark y United Artists- que continuaron su expansión y que provocaron el cierre de 57 cines en el D.F. y el área metropolitana. El saldo de salas, sin embargo, fue positivo al cerrar el año con 1,773 cines en la República (Sánchez Ruiz menciona 1,726 cines en 1997), 156 más que en 1995, (pero menos que en 1986, que eran 2,500 según Getino (1990).

Si se analizan los datos anteriores correspondientes a las condiciones del cine nacional antes y después del TLC (1986 y 1997) se observa que en realidad la participación de las empresas extranjeras (estadounidenses) ha estado presente desde hace mucho tiempo. Por una parte, esta participación ha ido creciendo en cantidad de películas exhibidas en las salas de cine nacional exponencialmente y, por otra, la cantidad de salas de exhibición controladas por estas

mismas empresas también ha crecido, han desaparecido las salas "populares y anticuadas" como decía Estrada (1998) y aparecen los megadistribuidores y sus conglomerados de salas tipo "mall".

¿Qué repercusiones ha tenido la política económica adoptada por el actual régimen del Gobierno Ejecutivo y que culmina con la firma del TLC en la exhibición de películas en los cines regiomontanos? ¿Hasta qué punto la actual Ley Federal de Cinematografía de 1992 ha promovido el tipo de oferta cinematográfica de las salas de cine de Monterrey?

María de la Luz Casas Pérez (1994) hace un análisis de las implicaciones que la firma del TLC trajo para las industrias culturales, entre ellas, la industria fílmica. Según la autora, al firmarse el acuerdo en diciembre de 1992, el país entró también a un proceso de *"modernización económica por decreto"* (el énfasis es nuestro), al suscribir tan sólo a este tratado aquellos renglones considerados prioritarios por el país, no habiéndose discutido el renglón relativo a las industrias culturales ya que, en palabras del entonces Secretario de Comercio y Fomento Industrial y jefe del equipo negociador, Jaime Serra Puche, "respecto de la cultura, es un asunto que no es tan relevante para México" (citado por Casas, 1994, p. 37). El resultado, dice la autora, es que en el documento final se hace alusión, sólo en forma muy escueta, a las industrias culturales, con lo que pese a su importancia, se les ha tomado muy poco en cuenta para la instrumentación de una política cultural que establezca el tipo de relación que se habrá de tener con los vecinos del norte, en esta entrada del país a la modernidad.

"El proceso de globalización mundial", dice Casas Pérez (1994, p. 38), "nos lleva a la creación de un nuevo orden cultural que modificará los contenidos y las fronteras ideológicas de los actuales estados nacionales". Esto ya lo venimos viendo en cómo la oferta de una industria cultural tan trascendente en la creación del imaginario social, como es la cinematografía, se ha venido transformando desde hace casi una década, incluso desde antes del TLC. Como que el TLC vino a "formalizar" una situación que ya se desarrollaba de acuerdo a las "leyes libres del mercado".

Por otra parte, nuevas condiciones legales están condicionadas por la Ley Federal de Cinematografía, que el expresidente Carlos Salinas de Gortari rubricó el 23 de diciembre de 1992, cinco días después de firmar el TLC, confirmando con ello, nuestra entrada a la modernidad, quedando además sentadas las bases para el posterior desarrollo de las industrias culturales, incluyendo al cine.

En la Ley Federal de Cinematografía de 1992, se establecen, primero, las condiciones para la producción, exhibición y comercialización de películas nacionales y extranjeras, donde el porcentaje de exhibición de películas nacionales que habrán de presentarse en pantalla, deberá ir disminuyendo, de un 30% en 1993, hasta un 10% en 1997. Es interesante observar cómo a pesar de que bajo el actual Gobierno Ejecutivo del Presidente Zedillo, éste se ha preocupado por asignar recursos que apoyen la industria fílmica nacional, por otra parte se ha mostrado renuente a no crear las condiciones propicias para la aprobación de la nueva Propuesta de Ley de Comunicación Social que contempla reformas a las ya establecidas.

Esta Ley tiende a favorecer la exhibición de cine extranjero con respecto a la producción nacional, de hecho, pareciera que le diera un trato preferente. Si bien ha estado vigente por seis años, desde 1997 viene trabajando un grupo de académicos, investigadores, productores, artistas, diputados de los distintos partidos que integran la Comisión de Cultura del Congreso de la Unión, en una Iniciativa de Reformas y Adiciones a la Ley Federal de Cinematografía.

Con el consenso de todas las fracciones parlamentarias, la Comisión de Cultura presentó al pleno de la LVII Legislatura de la Cámara de Diputados la Iniciativa de Reformas y Adiciones a la Ley Federal de Cinematografía. En su calidad de Presidenta de la Comisión de Cultura de la Cámara Baja, la Diputada María Rojo leyó ante el Congreso de la Unión la exposición de los motivos de reforma a la Ley Federal de Cinematografía aprobada en 1992. A continuación se presenta un extracto de dicha exposición publicada por la Gaceta Parlamentaria, No. 135, del 13 de octubre de 1998.

La Diputada Rojo comienza su exposición defendiendo al cine como patrimonio cultural y que es obligación del Legislativo tutelar por los derechos culturales y por el cine como expresión

cultural. El Anteproyecto de Ley propone la creación de un Fondo de Inversión y Estímulos al Cine (Fidecine); mantener el 30% de tiempo pantalla establecido en el TLC, a partir de un 10% que deberá aumentar de manera progresiva, según aumente la producción hasta lograr un 30%; recuperación de salas destinadas a la exhibición de cine nacional en la capital en el interior de la República y el cumplimiento de los tiempos de exhibición. Estas son algunas de las propuestas de la iniciativa que todavía está en discusión en el Congreso de la Unión.

Lo expuesto hasta ahora es un panorama de los condicionantes económico-políticos que a nivel mundial, latinoamericano y nacional han incidido en la producción, distribución y exhibición de la industria fílmica del país.

¿Qué relación guarda lo anteriormente expuesto con la exhibición de la cartelera cinematográfica publicada en los periódicos de Monterrey? ¿Qué porcentaje de películas nacionales se exhibían en relación a las extranjeras antes y se exhiben actualmente después del TLC? ¿Cuántos cines de los que se anunciaban en la cartelera cinematográfica antes del TLC (1991) han desaparecido para 1998? ¿Cuántos y cuáles han surgido hasta este año? ¿De qué género y país de origen eran las películas exhibidas en 1991? ¿Se han visto modificados estos aspectos en 1998? ¿Existen géneros en 1998 que no había en 1991?

III. MÉTODO

Como se había mencionado en la Introducción, esta investigación es de tipo cuantitativo, habiéndose empleado la técnica de análisis de contenido para hacer el estudio. El universo considerado fueron todas las películas y salas de cine que las exhibían, que se publicaron a través de la cartelera cinematográfica de los periódicos El Norte y Metro, en los años 1991 y 1998, de la ciudad de Monterrey, N.L.

Las unidades de análisis fueron las carteleras cinematográficas publicadas en los periódicos mencionados y el tamaño de la muestra se determinó mediante el "muestreo probabilístico de semanas compuestas" para cada año estudiado, de acuerdo a la técnica de análisis de

contenido propuesta por Lozano Rendón (1994) para el análisis de los mensajes comunicacionales, la cual ofrece estimaciones confiables tomando un año de ediciones periodísticas. Se eligieron estos años por ser 1991 un año previo a la firma del TLC y de la Ley Federal de Cinematografía de 1992, y 1998, considerando que para este año ya se reflejan en la oferta filmica regiomantina las consecuencias de estas dos variables.

El mes se definió al azar, mediante el procedimiento de tómbola, y las fechas de los ejemplares periodísticos también, resultando seleccionados el mes de abril de ambos años y los días 2, 3, 5, 8, 11, 13, 14, 15, 18, 19, 20, 21, 27, 29 y 30, respectivamente.

Las categorías consideradas fueron:

1. País de origen de la producción de la película.

Bajo esta categoría se considerará el país de origen de la producción de la cinta para conocer el flujo de mensajes cinematográficos nacionales e internacionales. En el caso de que no se especifique el país se decidirá con base en la nacionalidad del director y/o de los actores. La lista de países fue la siguiente: México, Estados Unidos, Canadá, Inglaterra, Francia, España, Coproducciones. Otros y No se especifica.

2. Género de la película.

La clasificación de los géneros se tomó tomando como base la que hace el periódico matutino El Norte, agrupando en una categoría las subcategorías afines para efectos de este estudio. La lista es la siguiente: Acción (acción, bélica, policiaca, aventuras), Comedia, Documental, Infantil (infantiles, fantasía y dibujos animados), Suspense (suspense y terror), Drama, Musical, Pornográfica y Ciencia-ficción

3. Cines en los que se exhiben las películas

Se hicieron dos listas de los cines a analizar, una con los cines existentes en 1991 y otra con los de 1998. A partir de esta categorización se procedió a diseñar dos manuales de codificación, uno para cada año estudiado, donde se registraron el país de origen de las películas exhibidas, el género correspondiente y la sala de exhibición.

Cines existentes en 1991: Río 70. Gemelos Plaza (2 salas). América, Cuauhtémoc 70, Rally. Auto Cinema Las Torres. Cinema Plaza Monterrey, Chaplin, Modelo, Alameda, Regio, Astra, Cinemas Guadalupe (2 salas), Astra Santo Domingo, Cinemas Coliseo (2 salas), Cometa, Auto Cinema San Nicolás, Cinemas Moll (2 salas), Cinema Premier, Cinema Diana, Cinema Roma, Cinema Linda Vista, Cinerama Universidad (Multicinemas San Nicolás), Astra Cinemas Ruiz Cortines (2 salas), Cinema Forum. Plaza Versailles (4 salas), Holywood (4 salas), Sala Olimpia, Sala Rex, Sala Atenea, Cinema Galaxia, Cinema del Valle, Cinerama 2000, Sultana (antes Aracely), Lírico (2 salas), Encanto, Juárez, Reforma, Monterrey, Bernardo Reyes, Colón, Versailles. Rodríguez, Montoya, Gemelos Anáhuac (2 salas), Gemelos Tec (2 salas), Multicinemas (4 salas), Total: 64 salas.

Salas de cine existentes en 1998: Astra Guadalupe (4 salas), Atenea, Cinemas Cumbres (11), Cinemas Plaza Girasoles (2), Cinemark (10), Cinépolis (12), Coliseo (2), Contry Cinemas (10), Cuauhtémoc (4), Gemelos Plaza (4), Gemelos San Agustín (2), Gemelos Tec (4), Holywood (5). La Silla Cinemas (11), Multi Gigante Central (3), Multi San Nicolás (3), Multi Los Ángeles (3), Olimpia (2), Plaza Monterrey (2), Plaza Versailles (6), Premier (2), Rally (2), Río 70, Sala Rex, Unicinemas (9), Valle Cinemas (10), Viva Cinemas (6), Cumbres 1a y 2, Auto Cinema La Pastora, Auto Cinema San Nicolás, Total: 136 salas.

IV. RESULTADOS

Los resultados del análisis de contenido fueron los siguientes:

1. En cuanto al país de origen de la película exhibida se encontró que existe una significativa variación, en lo que respecta a la exhibición de cine nacional, de 1991 a 1998.

TABLA 1

Distribución comparativa del número de películas y país de origen exhibidas en las salas cinematográficas del área metropolitana de Monterrey, N.L.

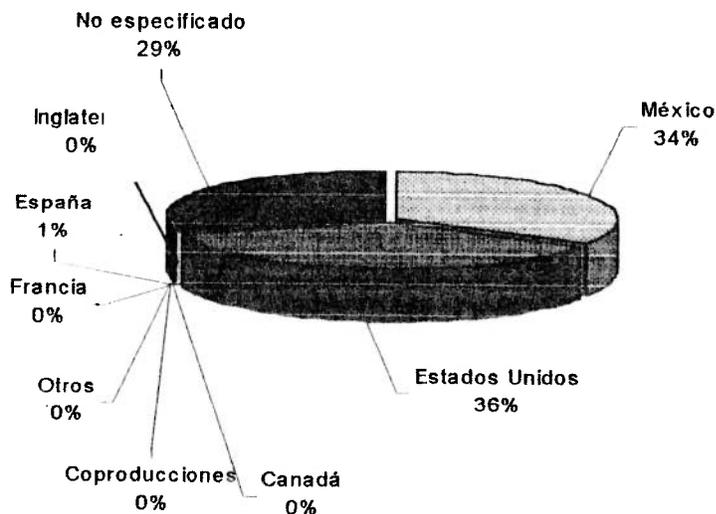
Países	Películas 1991		Películas 1998	
	No.	%	No.	%
México	55	33.7	2	4.1
Estados Unidos	59	36.2	43	87.8
Canadá	0	0	0	0
Inglaterra	0	0	1	2.0
Francia	0	0	0	0
España	1	0.1	0	0
Coproducciones	0	0	0	0
Otros	0	0	2	4.0
No especificado	48	29.4	1	2.0
TOTAL	163	99.4	49	99.9

***Fuente: Periódicos EL Norte y Metro**

Esta tabla muestra que el total de películas exhibidas en 1991 fue de 163, de las cuales 55 eran de procedencia mexicana y 59 estadounidenses. En 1998, cambió notablemente la participación mexicana, con dos películas solamente, mientras que la participación estadounidense fue de 43 películas (la misma película se exhibió en varias salas a la vez). Lo anterior muestra que mientras en 1991 se exhibieron 163 películas, en 1998 solo se exhibieron 49, es decir, hubo una reducción significativa de la oferta total de películas de 1991 a 1998. A continuación se muestran las gráficas correspondientes a los porcentajes y países de origen de las películas exhibidas en 1991 y en 1998, en las salas cinematográficas de el área metropolitana de Monterrey N.L.

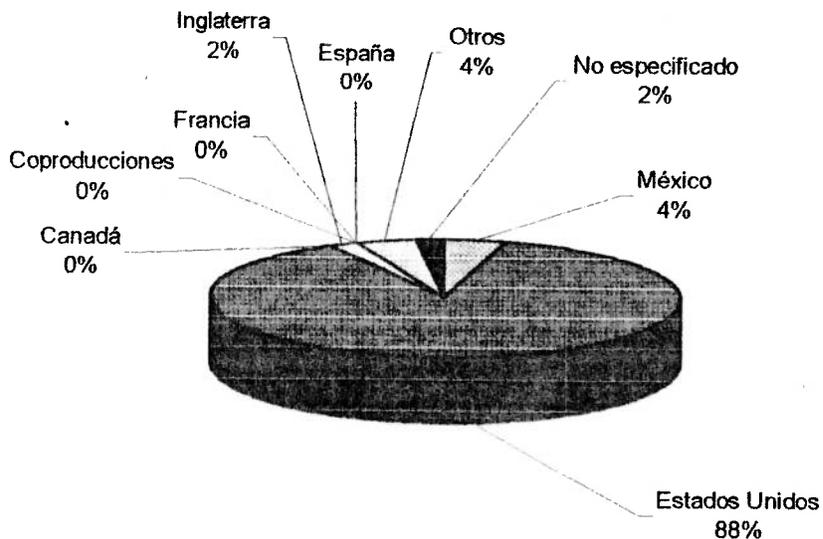
GRAFICA 1

Porcentajes y países de origen de las películas exhibidas en 1991 en las salas cinematográficas del área metropolitana de Monterrey, N.L.



GRAFICA 2

Porcentajes y países de origen de las películas exhibidas en 1998 en las salas cinematográficas del área metropolitana de Monterrey, N.L.



Las gráficas anteriores muestran que mientras que en 1991 la participación mexicana era de un 34% y la de Estados Unidos de un 36%, en 1998 cambió a un 4% de participación mexicana frente a un 88% estadounidense.

Lo primero que destaca de estos resultados es la reducción significativa de la oferta total de películas de 1991 a 1998, cuando la cantidad de salas de exhibición se ha duplicado en el mismo periodo.

Cabe hacer la aclaración que en la revisión de la cartelera de 1991 se encontró que casi la mitad de los cines exhibían el mismo día más de una película, dos algunos y hasta tres otros. Hace 10 años o menos, era usual ir a una función doble o triple por el costo de un boleto. En 1998, no son muchos los cines que exhiben más de una película el mismo día (en distinto horario). Sin embargo, existen películas que se exhiben hasta en 28 salas distintas a la vez, como es el caso de "Scream 2" y otros estrenos. (Cuando se estrenó "Godzilla", se exhibió en 40 salas simultáneamente del área metropolitana de Monterrey). Esto indica que la oferta era más variada en 1991 que en 1998.

En 1991 parecía seguirse el criterio de la Ley de Cine de 1949, que era la vigente, del 50% de exhibición de películas nacionales, al menos así se vio en la muestra analizada, ya que los resultados muestran que de 163 películas exhibidas, 55 eran nacionales, 59 de Estados Unidos, 1 de España y 48 de origen no especificado. Este último número no deja de matizar los resultados, ya que no se pudo obtener otra fuente de información para confirmar su procedencia. En la cartelera sólo se anunciaba el título de la película, por lo que era difícil establecer su país de origen.

Lo anterior muestra que el porcentaje de películas extranjeras (léase de Estados Unidos) exhibidas en 1998 ha aumentado considerablemente respecto a 1991, lo que, atendiendo a la perspectiva teórica en la que se fundamenta esta investigación, muestra la influencia tanto el TLC como la Ley Federal de Cinematografía de 1992.

2. En cuanto a los géneros, también observa una variación, como lo muestra la Tabla 2 y las gráficas 3 y 4.

TABLA 2

Distribución comparativa del género de las películas exhibidas en las salas cinematográficas del área metropolitana de Monterrey, N.L.

Géneros	Películas 1991		Películas 1998	
	No.	%	No.	%
Acción	58	35.6	8	16.3
Comedia	28	17.2	13	26.5
Documental	0	0	0	0
Infantil	3	1.8	3	6.1
Terror	11	6.7	6	12.2
Erótico	38	23.3	0	0
Drama	23	14.1	15	30.6
Ciencia Ficción	0	0	3	6.1
No especificado	2	1.2	1	2.0
TOTAL	163	99.9	49	99.8

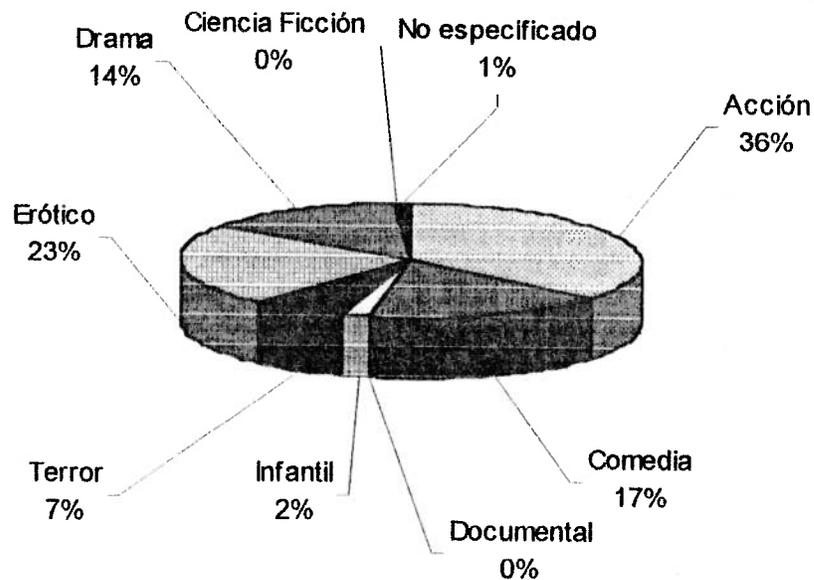
*Fuente: Periódicos EL Norte y Metro

Los resultados de la Tabla 2 muestran que los géneros más difundidos en 1991 eran, en primer lugar, a el de acción (58 de 163 películas) y, en segundo lugar, el erótico (38 de 163 películas). En cambio, en la muestra analizada de 1998 se encontró que el género más ofertado en las salas era el de drama (15), siguiéndole el de comedia (13) y en tercer lugar el de acción (8) de 49 películas exhibidas. Aquí cabe hacer la aclaración que, al realizar la recopilación de datos y obtener los resultados numéricos preliminares, se descubrió que en el periódico El Norte, elegido como fuente de datos para analizar la cartelera de 1998, aparecían muy pocas películas

del género erótico. Se buscó otra fuente de referencia, encontrándose en el periódico El Provenir, también de la localidad, que ahí si se publicaban las películas exhibidas de este género, encontrándose en una muestra no aleatoria de seis días se exhibieron 19 películas diferentes del género erótico en seis salas que no aparecían en la cartelera publicada en El Norte, la mayoría de ellas de origen estadounidense y en función doble. Este dato se tendrá que considerar de ampliarse esta investigación.

GRAFICA 3

Porcentajes de géneros de las películas exhibidas en 1991 en las salas cinematográficas del área metropolitana de Monterrey, N.L.



periódico de la localidad, observando que ahí sí se publicaban las películas de este género. En una muestra no aleatoria seis días se exhibieron 19 películas diferentes en seis salas que no aparecían en la cartelera de El Norte. La mayoría de ellas de origen estadounidense y en función doble. Este dato podría ser considerado para otra investigación.

Otro dato que arrojan los resultados, es la falta de oferta cinematográfica infantil, ya que en 1991 sólo se exhibieron 3 películas de este género y en 1998 también fueron 3.

3. En cuanto a los cines que se anunciaban en la cartelera de 1991, se encontró que de las 64 salas que existían en ese año, 31 todavía dan "función" y 33 ya no aparecen en la cartelera de 1998. La Tabla 3 muestra el total de salas cinematográficas existentes en 1991 y en 1998, así como el total de películas diferentes exhibidas en 1991 y en 1998.

TABLA 3

Salas de 1991 que no aparecen en cartelera en 1998	33
Salas que surgieron en cartelera de 1991 a 1998	94

	1991	1998
Total de salas cinematográficas	64	136
Total de películas diferentes exhibidas	163	49

Como dato de carácter histórico, se menciona que los cines que desaparecieron son el Modelo, Alameda, Regio, Astra Santo Domingo, Cinema Diana, Roma, Linda Vista, Forum, Galaxia, Encanto, Juárez, Rodríguez, Reforma, etc. Otros han sido remodelados para otro uso, como el Cinema del Valle que ahora es una discoteca; el Aracely, en teatro. Otros más, han sido remodelados para su ampliación, como es el caso de los Multincinemas que eran 4 y ahora Plaza las Américas se amplió a 12 salas; el San Nicolás, a 3; Gigante Central, a 3; y San Agustín, a 2.

El nuevo concepto "multi" de los cines de 1998, alberga en un sólo espacio hasta 12 salas de exhibición, como es el caso de Cinépolis. Otros complejos cinematográficos con 10 ó más salas son: Cinema Cumbres, con 11; Cinemark, con 10; La Silla Cinemas, con 11; Valle Cinemas, con 10.

IV. CONCLUSIONES

Como se observa, la tendencia parece está orientada hacia la reducción de la producción nacional. La concentración de pocas empresas en la mayoría de las salas de exhibición y una evidente transnacionalización monopólica, de Estados Unidos en lo que se refiere al origen de las películas que se exhiben en la localidad, es evidente. Los datos mostrados confirman lo que desde el estudio de Getino (1990) se veía como pronóstico para el cine latinoamericano y nacional, así como lo mencionado por Sánchez Ruiz (1997) y Estrada (1998). El resultado se aplica a la tendencia del cine que se exhibe en el área metropolitana de Monterrey.

Si se considera que el cine ha sido una de las principales fuentes de diversión y entretenimiento para todo público, sobre todo para las clases populares, es necesario que se establezca una política cultural que defienda los derechos de estas personas a tener una oferta equilibrada y de calidad de este bien cultural que debiera "reflejar" la cultura de un pueblo. Nos estamos recreando en una oferta cinematográfica que corresponde a valores culturales extranjeros (principalmente estadounidenses) lo que merma significativamente el apoyo que la cinematografía, como industria cultural, podría brindar a la cimentación de nuestra identidad nacional.

El cine continua siendo una de las principales fuentes de entretenimiento de las clases populares, por lo que convendría, en cuestión de géneros y de procedencia de las películas exhibidas, establecer políticas claras que contribuyeran a sentar las bases para promover la producción, distribución y exhibición de películas nacionales en las salas cinematográficas, locales y nacionales.

El cine está "en el ojo del huracán", como ya se había mencionado al principio de esta investigación. Es loable que exista ahora la oportunidad, a través de los foros de consulta, de la participación de las distintas fracciones parlamentarias en el Congreso de la Unión, de la acción movilizadora para mover la opinión pública de las agrupaciones de los trabajadores del cine; romper la inercia en la que se encontraba esta industria cultural tan ligada a nuestra cultura nacional y a la proyección de nuestros valores culturales.

El 12 de diciembre de 1998 se publicó en *La Jornada*: "Con la constitución del fideicomiso de apoyo a la producción (Fidecine), que se formará con aportaciones anuales del Estado por 135 millones de pesos; la estipulación de 10% de tiempo de pantalla para el cine nacional y la permanencia, sin modificación, del artículo 8, referente a la prohibición del doblaje, quedó listo el dictamen de la iniciativa de la Ley Federal de Cinematografía, que será discutido hoy en el pleno de la Cámara de Diputados".

Esta iniciativa pasó primero por la Cámara de Diputados del Congreso de la Unión, donde después de muchas discusiones y algunas modificaciones, se turnó al Senado, de donde hasta el momento no surgido decisión alguna.

Habrá que estar pendientes de los resultados de las decisiones que el Congreso de la Unión tome respecto a dicha iniciativa de ley, ya que sus implicaciones serán trascendentales para la promoción y protección del patrimonio cultural que es nuestro cine nacional.

La presente investigación fue realizada por: Lic. Lucila Hinojosa Córdova, Lic. Ma. Rosalía Garza Guzmán, Lic. Edna Joy Galán Aranda, Lic. Lucila Deyanira Contreras Borjas.

V. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Casas Pérez, María de la Luz. (1994). "Modernidad, identidad cultural y medios de comunicación". *Anuario de Investigación de la Comunicación CONEICC.*, No. 1, pp. 19-45.

Esteinou Madrid, Javier (1994). "Televisión nacional y globalización cultural: el caso de México". *Anuario de Investigación de la Comunicación CONEICC*, No. 1, pp. 47-81.

Estrada, Marién (1998). "Un año de buenos deseos y magros avances para el cine mexicano". *Revista Mexicana de Comunicación*, Año 10, No. 52, pp. 21-26.

Getino, Octavio (1990). *Cine latinoamericano. Economía y nuevas tecnologías audiovisuales*. México: Trillas.

Lozano Rendón, José Carlos (1996). *Teoría e investigación de la comunicación de masas*. México: Trillas.

Lozano Rendón, José Carlos (1994). "Hacia la reconsideración del análisis de contenido en la investigación de los mensajes comunicacionales". *Investigar la Comunicación*, México: Universidad de Guadalajara.

Sánchez Ruiz, Enrique E. (1997). "¿Se 'norteamericaniza' el cine en México?" *Revista Mexicana de Comunicación*, Año 10, No. 51, pp. 5-10.

Villanueva, Ernesto (1995). *El sistema jurídico de los medios de comunicación en México*. México: Triana.

Direcciones consultadas en Internet:

<http://gaceta.cddhcu.gob.mx/>

<http://serpiente.dgsca.unam.mx/jornada/listo.html>

<http://www.cddhcu.gob.mx/camdip/comlvii/comrtc/presen.htm>

<http://www.cem.itesm.mx/dacs/buendia/rmc/rmc51/ruiz.html>

Juan Enrique Huerta Wong.

Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey,
campus Monterrey, Maestría en Comunicación.

X encuentro nacional CONEICC.

Análisis de la cobertura de la información internacional en la prensa veracruzana desde la discusión del Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación (NOMIC).

Introducción.

El Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación.

El periodo de la postguerra reavivó el colonialismo (Habermas, 1998). La lucha entre las máximas potencias del planeta dio lugar a una bipolaridad que en el occidente dio origen a la denominación primer y segundo mundo. Prácticamente el resto de naciones fungieron como satélites, en mayor o menor medida decisivos para la sobrevivencia y rumbo de la humanidad. En los países de Tercer Mundo la preocupación acerca del autoritarismo que las élites en cada caso implantaron bajo el auspicio frecuente de Estados Unidos, dio lugar a discusiones en torno a los diferentes grados, niveles y formas de inequidad. En las Ciencias Sociales y sobre todo en el emergente campo académico de la comunicación, esta preocupación dio a la vez origen a posiciones radicales frecuentemente proclives a aceptar el otro autoritarismo, el procedente del otro paradigma, el soviético. Esta tendencia, empero, no se discutirá en este trabajo.

Las preocupaciones por el nuevo colonialismo, el de la postguerra, como le llama Sreberny Mohammady (citada en African news for Africa, 1996 y en Cooperative study of foreign news and international news flow in the 1990's), dieron origen en el estudio de la comunicación al surgimiento de la teoría de la dependencia. Basada en la teoría del mismo nombre procedente de la economía, esta corriente supone a los países como satélites dependientes del centro, donde se encuentran los países desarrollados, que les proveen de la porción de realidad que les es ajena a sus fronteras, por medio de fuertes transnacionales de comunicación (Boyd-Barret, 1995, Seers, 1981). Cuatro de ellas dominaron el mapa económico de la comunicación al menos durante esta primera etapa de discusión de la teoría: AP (American Press), UPI (United Press International), AFP (American Free Press) y Reuters (Sreberny Mohammady en African news for Africa, 1996; Larson, McAnany y Storey, 1986; Van Zyl, 1998), cuyo crecimiento fue auspiciado, según parece, frecuentemente por intereses

expansionistas de sus Estados de origen (p. ej. Boyd-Barret, 1995). Este enfoque se aboca, entre otros puntos, a “estudiar los desequilibrios de los flujos internacionales de comunicación” (Lozano, 1996, p. 96). Desde aquí el subdesarrollo, según Murciano, “ya no se concibe como un estadio...anterior al capitalismo sino como un efecto de éste y una forma particular de su desarrollo” (citado por Moragas, 1981:205). Es decir, los científicos sociales de principios de los 70 observaban que la dependencia de los países satélites al centro no era un estadio “natural” ni un precapitalismo en el sentido marxista estricto, sino un instrumento de colonialismo en el neoimperialismo de las potencias, particularmente de Estados Unidos. Si este tipo de preocupaciones se dieron sobre todo en los países de tercer mundo, como hemos dicho, los principales teóricos latinoamericanos destacaron en el mapa de la teorización al respecto. Nombres como Dorfman (1980), Mattelart (Dorffman y Mattelart, 1975), Reyes Matta (Santa Cruz y Erazo, 1980), Mayobre Machado (1978), entre otros, fueron leídos y replicados desde las universidades del primer mundo. También estos principales teóricos latinoamericanos, según Moragas (1981, pp. 199-216), fueron importantes para iniciar una discusión internacional hacia un Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación (NOMIC). Para ilustrar mejor el fenómeno descrito, ejemplificaremos con el venezolano Mayobre Machado, quien a fines de los setenta decía que “lograr un nuevo orden político implica necesariamente la construcción simultánea de un Nuevo Orden Mundial Informativo o Comunicacional que sea a la vez instrumento de cambio, pilar de apoyo y elemento evaluador de la nueva estructura” (1978:9). Proponía un estudio de la dependencia en materia de comunicación de masas que abarcara entre otros los niveles de

- 1) monitoreo de las transnacionales de información,
- 2) el efecto de las mismas en la audiencia,
- 3) su “manipulación ideológica consciente e inconsciente” (pp. 81-82).

Para esto, afirmaba, era indispensable el nacimiento de un “Nuevo Orden Informativo Internacional”. El texto de Mayobre Machado es sólo un ejemplo, pues durante la misma década los principales autores del tercer mundo escribieron múltiples libros y artículos respecto a esta necesidad. En 1978 la UNESCO convocó a intelectuales de todo el mundo a una cumbre en la que se discutió el estado de los desequilibrios informativos, a la luz de la discusión sobre el Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación (NOMIC). La reunión dio lugar a un texto que si bien no reflejó todas las preocupaciones y quizá si los múltiples desacuerdos entre

las diferentes corrientes de opinión del Tercer Mundo, significó un avance notable (Hamelink, 1997, Bergmo, 1998) en el estado del debate. Entre sus más importantes puntos destacan precisamente el monitoreo constante y el consenso por limitar la actuación de las transnacionales de información (Mac Bride, 1988). Ya el nombre de la cumbre y del reporte Mac Bride son tentadores: Un sólo mundo, voces múltiples. Los países no alineados, promotores del NOMIC, establecieron en sus demandas que la equidad político económica dependía en gran medida de ello, como ya lo habían establecido en un resolutive firmado en Algeria, en 1973: “es un hecho que las actividades del imperialismo no están confinadas a los campos político y económico, sino que también tienen consecuencias culturales y sociológicas, imponiendo entonces una dominación ideológica extranjera sobre la gente del mundo desarrollado” (Jankowitsch y Sauvart, citados por Roach, 1997, p. 63).

Para ellos era importante reestablecer la autonomía de los Estados-nación por encima de las transnacionales de comunicación. Argumentando que esto coartaba el libre flujo de la comunicación, Estados Unidos e Inglaterra, “los países democráticos” (entrevista con Kofi Annan, 1998), se retiraron de la Unesco y con ello sus fondos. Casi desapareció la organización. Recientemente, la máxima dirigencia de la Organización de las Naciones Unidas dijo en una entrevista distribuida a 15 mil periódicos de todo el mundo, que la discusión está muerta y “no es voluntad de la secretaría general reavivarla” (entrevista con Kofi Annan, 1998).

El Nuevo Orden Informativo: estado actual del debate.

Existen esfuerzos por parte de los países no alineados por reavivar la discusión: si para 1993 24 ministros de información solicitaron a la ONU la reapertura del debate sobre el NOMIC (entrevista con Kofi Annan, 1998), en 1996 sumaron 27 las naciones reunidas en Nigeria para hablar sobre la pertinencia del mismo (Move on to revive NWICO, 1996) y cada vez más, particularmente en África, parece vivirse un clima favorable a este debate (Van Zyl, 1998).

Por su parte, algunos teóricos (p. ej. Gerbner, Mowlana y Schiller, 1996), entre ellos algunos iberoamericanos, siguen hablando de la necesidad de un Nuevo Orden Informativo como salida ante el subdesarrollo como una característica del orden mundial político-económico vigente. Un trabajo reciente (Quiroz citado por Esteve, 1995, 26) afirma que el flujo internacional de la información se caracteriza hoy:

- por ser vertical,
- con retroalimentación sólo entre los países o las élites que conforman el centro de nuestras sociedades (estos se encuentran a la vez jerarquizados),
- en donde la periferia forma parte de subsistemas diferenciados la retroalimentación es todavía más indirecta y
- entre las periferias es mínima.

Advierte que el sistema latinoamericano de medios de comunicación ha carecido de libertad de información, existe concentración en la propiedad de los medios, ausencia de intervención del Estado en políticas de comunicación y graves desequilibrios en el sistema de telecomunicaciones. Propone, por lo tanto, un reconocimiento de la información como una función social, desarrollo de nuevos principios jurídicos en la información internacional, la regulación internacional a las transnacionales de la información, el derecho de cada sociedad a elaborar los medios masivos que reflejen su propia realidad y equilibrar los flujos internacionales de información mediante acuerdos legales. Se trata, en suma, de una sofisticación a los requerimientos de un Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación, que puede ayudarnos a esclarecer el tema, su pertinencia, el estado actual de la discusión.

Como explican Vincent (1997) y Gerbner, Mowlana y Schiller (1996) las expectativas de un nuevo orden político mundial tras la caída del Muro de Berlín no fueron satisfechas. El desequilibrio no cesó y según el Cooperative Study of Foreign News and International News Flow in the 1990's (1998) es ahora aún mayor que durante los 60 o 70, con el advenimiento de las cadenas de videonoticias, más poderosas que lo que fueron las agencias de prensa. Esta nueva etapa se caracteriza por lo que Sánchez Ruiz denomina interdependencia asimétrica (1996), es decir, la capacidad de las élites de países de la periferia por tomar posiciones en el mercado internacional. La teoría de la dependencia se ha replanteado para asumir la figura de la dominación cultural, que tiene que ver (Roach, 1997, p. 49; Tomlinson, 1991), con la facultad de ciertos grupos dominantes por ejercer el control de las formas simbólicas en el mundo. Como también explican Mattelart y Mattelart (1997) el factor de dominación no es más una clase socioeconómica (o un país), sino grupos que detentan el poder sin estar atados a un Estado-Nación, a lo que Thompson (1993) agrega que para poder ejercerlo resulta indispensable el control de las formas simbólicas. Esta centralidad –presente por ejemplo 1) en la relevancia de la información de los países del centro por sobre la imagen que se construye de la periferia, 2) en

el monopolio de los flujos de la información por unas cuantas agencias y 3) en unas cuantas voces representantes de las mismas élites como gobierno, empresa o iglesia- cambiante pero aparentemente más real que nunca, de los flujos de noticias, es para el mismo autor el problema central contemporáneo, pues los desequilibrios políticos y económicos no cesarán si continúa la desigualdad en los flujos de información. Estas son las características añade Chomsky (1990), del modelo de propaganda en el cual se desenvuelven los medios, que, coinciden Shoemaker y Reese (1994), se encuentran limitados por un modelo ideológico formado por intereses hegemónicos. Para Galperín (1997), Sinclair, Jacka y Cunningham (1996) esta forma de dominación frecuentemente echa mano de la proximidad cultural para poder hacerse presente.

Por otra parte, la amplitud del desequilibrio se puede ver, según Van Zyl (1998) en el olvido a los países que significaron durante la guerra fría posiciones estratégicas para las potencias, que derribado el Muro de Berlín, no representaron ya mayor importancia. Dado el fenómeno de la centralidad y de este olvido, se entiende que la construcción de la imagen de estos países, como sugiere Van Zyl, se limite al conflicto, al desastre. Todo esto es, según John Bellamy Foster, “ecológica, económica, política y moralmente insostenible” (en Gerbner, Mowlana y Schiller, 1996, p. 3).

De aquí la pertinencia de discutir nuevamente el Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación.

Teoría de la dependencia y alguna evidencia.

Un reclamo constante desde otros enfoques teóricos (p. ej. estudios culturales), hacia la teoría de la dependencia en general y en particular a la postura del reclamo por un Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación es la falta de evidencia empírica que ha acompañado sus preocupaciones. Esto no es del todo cierto. Justamente la discusión por el NOMIC se acompañó del respaldo de técnicas como el análisis de contenido que daban resultados reveladores, aunque en otro tipo de flujos y medios. Si bien durante los 70 se empezó a analizar el contenido de los medios extranjeros en medios de comunicación (por ejemplo, cfr. Dorfman 1980, Dorfman y Mattelart, 1975, Herner 1979a y 1979b, Santa Cruz y Erazo, 1980), Mayobre Machado reconocía la falta de sofisticación del uso de estas técnicas. Con todo, estos estudios no son de flujos de noticias, en donde el trabajo es aún insuficiente.

En 1967, por ejemplo, la Ciespal publicó el estudio “Dos semanas en la prensa latinoamericana”, que con fuerte apoyo económico analizó el contenido de 30 diarios en 19

países latinoamericanos. Las variables incluidas se relacionaron tanto con aspectos formales (diseño, espacio impreso, número y ancho de las columnas, uso del color, suplementos, etc.), como con el contenido y características de los mensajes (procedencia, origen y fuentes de información y temática) (Lozano y Gómez Cruz, 1998). Los resultados revelaron que la agenda de los medios era dictada en gran medida por países desarrollados, en particular Estados Unidos. La suma de noticias procedentes del extranjero fue frecuentemente mayor a la cobertura de hechos locales y regionales. El número de narraciones alusivas a conflictos en Estados Unidos fue constantemente mayor a los que trataban temas de países latinoamericanos. Cuando las narraciones trataban temas del Tercer Mundo lo hacían refiriéndose a catástrofes o escándalos políticos mientras que cuando hablaron de Estados Unidos y Europa frecuentemente se refirieron a temas menos negativos como actividades diplomáticas o conflictos internos. De cualquier modo, este trabajo antecede la propuesta teórica del NOMIC, por lo que resulta pertinente el estudio de los flujos desde esta orientación. Otro trabajo incluyó los periódicos más importantes de 29 países y confirmó que su contenido se refería principalmente a Europa Occidental y Estados Unidos (Lozano, 1996: 125-126). Recientemente, un grupo de investigadores de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (Alaic), bajo la coordinación de José Carlos Lozano y el apoyo de la Maestría en Comunicación del Tecnológico de Monterrey, se propuso realizar una réplica del estudio de CIESPAL actualizándolo tanto en sus aspectos conceptuales como en los metodológicos.

El estudio incluyó importantes periódicos latinoamericanos, españoles y estadounidenses, utilizando una muestra de una semana compuesta y una natural, durante la primavera de 1998.

Otros trabajos dentro de esta línea son “cooperative study of foreign news and international flow in the 1990’s” que pretende estudiar los flujos de todo el mundo (se analizaron al menos los más importantes sistemas de comunicación en 70 países de nuestro continente, Africa, Asia y Europa) a partir de análisis cuantitativo y cualitativo, así como “global news flow in the 1990’s”, cuyos avances sugieren que las preocupaciones acerca de la amplitud en los desequilibrios de la información y cómo los medios construyen nuestras imágenes acerca del otro, de las regiones que nos son ajenas por vía de los sentidos, así como de la escasa diversidad de las fuentes en los textos periodísticos, están fundamentados (Campbell, 1996; African news for Africa, 1996). Lozano y Gómez Cruz (1998) refieren que microestudios como el de Rota y Rota en 1987 revelaron que sólo cuatro temas engloban el 73 por ciento de las noticias

internacionales en México. Desde otra perspectiva teórica, Arellano (et. al.) (1995) encontraron en la prensa mexicana que se ocupa principalmente de temas políticos y que sobre todo los periódicos con menos capacidad económica, dependen fuertemente de la imagen de mundo que les llega a través de las agencias más poderosas. En este sentido, los resultados que Lozano (1997) halló con relación a la oferta televisiva en nuestro país podrían aludir a la misma centralidad, al encontrar fuerte dependencia de la programación estadounidense en nuestros canales, si bien este autor parece no coincidir con esta posición.

El avance de la investigación de Alaic realizado por Lozano y Gómez Cruz coincide con los resultados de los anteriores trabajos (1998). Como en “African news for Africa” (1996), Lozano y Gómez Cruz encuentran sin embargo que a diferencia de los estudios realizados en los 70, los periódicos parecen mostrar mayor preocupación por sus respectivas regiones que por lo que ocurre en los países desarrollados y se muestran optimistas al respecto: “las preocupaciones del NOMIC y el imperialismo cultural acerca de la predominancia de las noticias acerca de los centros o metrópolis de la región y la poca importancia a otros países latinoamericanos no es del todo verdadera”, dicen.

Este trabajo tiene entonces como propósito utilizar parte de la metodología propuesta por Lozano y Gómez Cruz para observar el tratamiento informativo que los periódicos publicados en la ciudad de Veracruz dan a la información internacional. Pretende sumarse desde esta área geográfica específica, con las distancias del caso, al análisis sistemático que de la prensa latinoamericana en general y nacional en particular ya efectúan investigadores mexicanos. Como Arellano et. al. asumen, es insuficiente el trabajo empírico acerca de periódicos que se ha hecho en este sentido en nuestro país (1995, p. 1) y particularmente desde la perspectiva del NOMIC. Pretende asimismo agregarse, salvadas las distancias, al esfuerzo que desde la maestría en comunicación del Tecnológico de Monterrey han iniciado Lozano y Gómez Cruz para observar el comportamiento de la cobertura de la información internacional desde la perspectiva del NOMIC de periódicos de diversas microrregiones de nuestra Latinoamérica. Esta pensado en la lógica de que su necesariamente modesta capacidad de generalización desde el análisis de lo que ocurre en la ciudad de Veracruz pueda ser observado junto con este esfuerzo mayor en el cual se encuentran ya otros estudiantes, para desde ahí acceder a un nivel mayor.

Retomaremos entonces las preguntas de investigación que se hacen Lozano y Gómez Cruz (1998).

“¿Cuánta atención muestran los periódicos seleccionados a las noticias internacionales?”

¿Existe una tendencia a prestar más atención a las noticias internacionales acerca de nuestra región o a Estados Unidos y a Europa?

“¿Cuáles son los tópicos que reciben mayor cobertura en las noticias internacionales? ¿Hay tópicos diferentes entre las noticias sobre Estados Unidos, Europa y Latinoamérica u otras regiones en desarrollo?”

¿Siguen siendo dependientes los “pequeños” diarios latinoamericanos de las agencias de noticias, particularmente de las “cuatro grandes” (AP, UPI, AFP y Reuters)? ¿Están más diversificadas las noticias ahora que durante la Guerra Fría?

Adicionalmente surge la pregunta acerca de: ¿qué tipo de voces son más recurrentes en los periódicos veracruzanos? ¿Privilegian los periódicos veracruzanos en su jerarquización a las narraciones originadas en Estados Unidos o Europa?

Método

Muestra de los periódicos.

Este estudio se basa en un análisis de contenido de los periódicos de circulación diaria, matutina e independiente de Veracruz. En esta ciudad existen tres de ellos, a saber, Notiver, El Dictamen y Sur. El primero es el de mayor tiraje, declarando 35 mil ejemplares diariamente. Fue excluido de la muestra, sin embargo, debido a que no presenta información internacional, siendo un medio de comunicación cuya circulación y área de interés se limita al puerto. El Dictamen tiene la peculiaridad de ser el fundador del periodismo formal en Latinoamérica. Fundado en 1898, parece ser el primer periódico del siglo 20 en nuestra región (Argudín, 1987).

Este estudio se basó en el método de semana compuesta, intentando disminuir el nivel de sesgo que pudiera haber arrojado una muestra de semana natural. La semana compuesta abarcó los días jueves 3, miércoles 9, martes 15, lunes 21 y domingo 27 de septiembre, así como sábado 3 y viernes 16 de octubre. Esta último fue escogido debido a que es la más próxima al viernes 9 de octubre, fecha en la que no fue posible encontrar el periódico Sur.

No se analizó por completo las ediciones de los periódicos, sino tan sólo la primera plana, la contraportada y la sección internacional, por lo que de antemano se observa un sesgo del objetivo inicial de este tipo de estudio que tendría que ver con la agenda completa de las publicaciones. En nuestro caso se identifican como objetivos observar cuál es la región o país de las preocupaciones de la agenda de los periódicos y cuáles son los temas más recurrentes, para

desde ahí intentar discutir la pertinencia del debate actual acerca del NOMIC. Con el mismo fin, se observará asimismo cuáles fueron los canales más usados para la publicación de las narraciones y qué tipo de fuentes se usaron con mayor frecuencia.

Vale decir que el diseño de esta investigación en general fue tomado del trabajo de Lozano y Gómez Cruz (1998), modificado por conveniencia en algunos puntos.

Unidades de análisis y categorías.

La unidad de análisis utilizada fue la unidad narrativa (noticia, reportaje, crónica) salvo en la variable de fuentes, donde la unidad fue la fuente misma. No se tomaron en cuenta íconos, comentarios, publicidad. Fueron excluidos el resto de géneros posibles. Situaciones o eventos en otros países referentes explícitamente con asuntos o actores nacionales fueron codificados como “noticia nacional” y no como internacional, tal y como lo definen literalmente Lozano y Gómez Cruz. Como en su trabajo, tampoco hubo muestreo de las unidades de análisis, todas las noticias internacionales y sus actores, en cada nota, fueron codificadas. Se analizaron en total 167 textos.

Utilizando el manual de codificación de Lozano y Gómez Cruz, compuesto de 18 variables, finalmente se observan para este trabajo las siguientes:

- Tamaño de noticia. Se utilizó el método de centímetros cuadrados en lugar de centímetros por columna.
- Agencias más utilizadas. Se refiere al servicio informativo que proporcionó la noticia al periódico analizado. Cupo la posibilidad de enviados o corresponsales. Con Lozano y Gómez Cruz se tomó la posibilidad de que se combinaran los datos proporcionados por distintas agencias.
- Fuentes más utilizadas.
- Ubicación. Primera plana, contraportada, interiores página par o página impar. Como se dijo antes, se analizó la primera plana y en el caso de los periódicos que las utilizan para otorgarle mayor relevancia a la jerarquización de sus temas, la contraportada.
- Relación de temas.
- Regiones de procedencia. Es el lugar donde se generó la información, no necesariamente el lugar al que se refiere la noticia. Se ubicaron cinco áreas geográficas principales, de acuerdo con la importancia que se detectó en el

tratamiento de las noticias: América Latina, Europa, África, Asia y Estados Unidos.

Resultados

La atención mostrada a las noticias internacionales por los periódicos analizados no fue homogénea en el número de narraciones que cada publicación incluyó en sus temarios. Sin embargo, la amplitud de los textos de Sur, que promedió 139.6 centímetros por 113.1 de El Dictamen, hizo que la cifra final del tamaño en cada periódico no representara diferencias sustanciales (Tabla 1). Estos resultados difieren ya de los hallazgos de Lozano y Gómez Cruz, cuya muestra de algunos de los periódicos más importantes en 6 países latinoamericanos y España reveló mayor inclusión a la información internacional. Lo que parece ser un menor interés quizá se explique por su origen microrregional.

Si bien la tabla 2 muestra un mayor interés en general de la prensa veracruzana por Latinoamérica (57 textos, 34% del total), es preciso ser cauteloso ante estos resultados. En principio, El Dictamen sí se ocupa más de Estados Unidos (31 textos, 33% de su muestra de 93) que de cualquier otra región. Luego, la suma de las preocupaciones de los dos periódicos por los países europeos y norteamericanos (57%) es mayor que la que se da a países del tercer mundo, incluyendo Latinoamérica. La información acerca de Asia, Africa y Oceanía es de hecho mínima, en los dos últimos casos casi inexistente. Con todo, se presenta un panorama más o menos equitativo, si bien lo deseable sería quizá una mayor presencia de Latinoamérica por sobre el resto de regiones. Como Lozano y Gómez Cruz notan, estos resultados difieren notablemente de los reportados por Ciespal, cuya investigación arrojaba mayor desequilibrio en favor de los países centrales. Ésta parece ser la tendencia de la prensa internacional, pues existe coincidencia visible con los hallazgos de estos autores y de otros estudios como los de African News for Africa (1996) y Campbell (1996).

Los temas tratados en general fueron más o menos homogéneos, si bien con cierto desequilibrio hacia las noticias negativas (64.34%) como crisis internas o conflictos armados. El tema más recurrente fue la política nacional, que para efectos de valoración se dividió en tres subcategorías, a saber, conflictos o crisis internas, elecciones, cambios en el gobierno; y legislación u otros temas políticos (tabla 3). El mayor peso sobre los aspectos negativos de la vida nacional de los países, es para Lozano y Gómez Cruz la validación de las preocupaciones del NOMIC (1998).

La tabla 4 muestra resultados interesantes. Estados Unidos (74.56%) y en general Norteamérica (Canadá=66.67%) fueron objeto de una cobertura altamente negativa, sólo superada por Asia (100%). Las áreas que recibieron un tratamiento más o menos equitativo en la proporción de noticias positivas y negativas fueron América Latina y Europa. Aquí la preocupación de los teóricos del NOMIC respecto a la poca importancia que ya tienen los países pobres que fueron estratégicos durante la guerra fría, localizados en Asia y África, parece tener un punto de partida, pues resultan muy poco significativos para el balance general de los datos y cuando aparecen, el tratamiento de la información que de ahí procede parece ser muy negativo.

Respecto a la dependencia que de las grandes agencias internacionales de noticias y en particular de las cuatro grandes (AP, UPI, AFP y Reuters) han encontrado autores como Boyd Barret (1995), Vincent (1997), Hamelink (1997) y Ciespal (en Lozano y Gómez Cruz, 1998) en distintos momentos históricos pero sobre todo previo al fin de la Guerra Fría entre los periódicos del Tercer Mundo y en particular los más pequeños, como los que aquí se analizan, la evidencia aquí mostrada sugiere que por lo menos por cuanto corresponde a la prensa veracruzana tal dominación no parece estar ocurriendo. Como se muestra en la tabla 5, menos del 20 por ciento total de la información internacional fue generada por agencias internacionales. La fuerte presencia de la agencia gubernamental Notimex, que parece ser la única proveedora externa de noticias al periódico Sur, sugiere que por lo menos por lo que respecta a la prensa veracruzana, el centro de la dominación, como discuten Sánchez Ruiz (1996), Tomlinson (1991) y Mattelart y Mattelart (1997), puede estar cambiando de los países centrales a los centros de las periferias, ejerciéndose de cualquier modo un monopolio del eje de la construcción de la realidad que nos es ajena por vía de nuestros sentidos, como explican Chomsky y Herman (1990) y ostentando el control de los mensajes por unos cuantos que parece constituir el núcleo de las preocupaciones del NOMIC.

Los periódicos veracruzanos jerarquizaron de manera similar la información procedente de Latinoamérica, Europa y Estados Unidos, como muestra la tabla 6. Si bien América Latina recibió el mayor número de jerarquizaciones privilegiadas, inclusiones en primera plana y contraportada, la frecuencia mostrada por la información de países desarrollados (Europa y Norteamérica) fue mayor a la del Tercer Mundo. Este desequilibrio es aún mayor en las páginas interiores, donde la información relativa a los países desarrollados fue incluida más frecuentemente que ninguna otra región, incluyendo Latinoamérica, en las páginas impares. Este

dato resulta significativo porque las páginas impares son más visibles que las pares, razón por la cual, por ejemplo, suelen ser, en materia de anuncios, más caras.

Un argumento constante de los simpatizantes del libre flujo de la información es que los periódicos independientes de información general sostienen criterios de objetividad (entrevista con Kofi Annan, 1998). Según este supuesto, los periodistas no opinan, reflejan la realidad tal cual, sostienen sus argumentos dando voz a protagonistas. La pluralidad de las fuentes es según la misma teoría, un sustento de verosimilitud democrática. Como muestra la tabla 7, éste no parece ser el caso de la información internacional publicada en la prensa veracruzana durante septiembre y octubre de 1998. En el 54.49 por ciento de los textos, sólo se registró una fuente y la frecuencia con que los periodistas los elaboraron, revela que en la mayor parte de los casos, ellos transmiten la información sin consultar directamente a los actores. La presencia de oraciones sin más voz que la del productor del texto es mayor a medida que más fuentes presenta una narración. La presencia de otras voces que no sean las dominantes, como sugieren Shoemaker y Reese (1994) y Thompson (1993), es prácticamente inexistente, habiendo en cambio amplia presencia de fuentes gubernamentales.

Tabla 1. Número total y espacio de notas internacionales en periódicos veracruzanos.

Periódico	Notas	Total en centímetros cuadrados	Número notas por día	Total centímetros cuadrados por día	Media	Desv. Estándar
Dictamen	93	10591	13.28	1513	113.1	4.8
Sur	74	10260	10.57	1465	139.6	9.8

Tabla 2. Origen de las noticias internacionales en periódicos veracruzanos.

Región	El Dictamen	Sur	Total
Estados Unidos	33.33%	16.22%	25.72%
Canadá	1.08%	2.70%	1.80%
América Latina	31.18%	37.84%	34.13%
Europa	27.96%	33.78%	30.54%
Africa	1.08%	2.70%	1.80%
Asia	4.30%	6.76%	5.39%
Oceanía	1.08%	0	0.60%
n=	93	74	167
	100%	100%	100%

Tabla 3. Tópicos de las noticias internacionales en periódicos veracruzanos.

Tópico	El Dictamen	Sur	Total
Positivo o neutral	47.3%	23.02%	35.66%
Negativo	52.7%	76.98%	64.34%
Actividades diplomáticas y/o políticas entre países	13.98	1.35	8.38
Conflictos diplomáticos y/o políticos entre países	13.98	6.76	10.78
Religión	6.45	2.70	4.79
Interés humano, sucesos raros, animales, crónica de la vida social	0	4.05	1.80
Conflictos o crisis internas, corrupción en la vida política	15.05	16.22	15.57
Elecciones, campañas, nombramientos, cambios en el gobierno.	6.45	8.11	7.19
Otros temas políticos, legislación	5.38	4.05	4.79
Conflictos armados o amenazas de	7.53	21.62	13.77
Acciones por la paz, negociaciones, acuerdos con grupos armados	5.38	5.41	5.39
Otros bélicos.	5.38	6.76	5.39
Tópicos económicos	0	1.35	0.60
Ayuda por desastres o hambrunas	1.08	0	0.60
Ayuda militar, armas, asesores, entrenamiento	1.08	0	0.60
Campañas de salud e higiene	2.15	0	1.20
Crímenes y delitos	3.23	4.05	3.59
Asesinatos o atentados políticos	1.08	6.76	3.59
Accidentes y catástrofes	7	7.53	5.41
Otros policíacos	2.15	5.41	3.59
Otras personalidades	1.08	0	0.60
TOTAL (n)	93	74	167
	100	100	100

Tabla 4. Tópicos de las noticias internacionales por región de origen en periódicos veracruzanos.

Tópico	E.E.U.U	Canadá	América Lat	Europa	Africa	Asia	Oceanía	TOTAL
Positivos o neutrales	25.44%	33.33%	42%	43.12%	33.33	0	100%	35.66%
Negativos	74.56	66.67	58	56.88	66.67	100%	0	64.34
Actividades diplomáticas y/o políticas entre países	9.30	0	7	5.88	0	0	0	
Conflictos diplomáticos y/o políticos entre países	16.28	0	7.02	9.80	0	2	0	10.78
Religión	0	0	3.51	11.76	0	0	0	1.80
Interés humano, sucesos raros, animales, crónica de la vida social	2.33	0	1.75	1.96	0	0	0	1.80

Tabla 5. Número y porcentaje de notas internacionales atribuidas a cada agencia de noticias por los periódicos veracruzanos (inconclusa, termina en la página siguiente).

Agencia	El Dictamen	Sur	Total
Corresponsales enviados	1.08	0	0.60
Reuter	30.11	0	16.77
Una agencia internacional y una nacional	1.08	0	0.60
Agencias nacionales	60.22*	79.73	68.86
No identificadas	5.38	20.27	11.98
Total (n)	93	74	167
	100	100	100

- Sólo una de estas narraciones no fue generada por la agencia gubernamental Notimex.

Tabla 6. Ubicación por procedencia

Ubicación de narrac.	EEUU	Canadá	Amér. Lat	Europa	Africa	Asia	Oceanía	Total
Plana 1	2.33	0	5.26	0	0	11.11	0	2.99
Contraport.	9.30	0	7.02	11.76	0	11.11	0	8.98
Página par	34.88	66.67	45.61	23.53	0	33.33	0	35.33
Pág. impar	53.49	33.33	40.35	64.71	100	44.44	100	52.69
Total	43	3	57	51	3	9	1	167
	100	100	100	100	100	100	100	100

Tabla 7. Tipos de fuentes más usuales

Tipo de fuente	Fuente 1	Fuente 2	Fuente 3	Fuente 4
	Medios de comunicación, agencias, el propio reportero 44.91	Medios de comunicación, agencias, el propio reportero 78.05	Medios de comunicación, agencias, el propio reportero 90.42	Medios de comunicación, agencias, el propio reportero 96.41
	Gubernamental 40.72	Gubernamental 15.57	Gubernamental 7.78	Gubernamental 2.99
	Organizaciones religiosas 3.59	Organizaciones religiosas 2.99	Partido político de oposición 0.60	Partido político de oposición 0.60
	Partido político de oposición 2.40	Partido político de oposición 1.80	Iniciativa privada 0.60	
	Otras fuentes** 1.80	Iniciativa privada 1.20	Partido en el poder 0.60	
Total	100	100	100	100
Frecuencia (n)	91	51	16	7
Porcentaje en el total de fuentes citadas *	54.49	30.54	9.58	4.19

- La suma no alcanza el 100 por ciento porque se excluyeron aquí las narraciones que tomaron en cuenta más de cuatro fuentes.
- ** Aquí se codificaron las instituciones intergubernamentales como la Organización de las Naciones Unidas, la Unesco, el Fondo Monetario Internacional.

Discusión

Al culminar la guerra fría muchos países esperaron que un nuevo orden económico y político más justo surgiera en nuestro planeta. Casi ha pasado una década y algunos coinciden (Mattelart, 1997, Boyd-Barret, 1995, African News for Africa, 1996) en que lejos de disminuir, los desequilibrios parecen radicalizarse. Sreberny Mohamamady (en African News for Africa, 1996) coincide con Boyd-Barret y con Van Zyl (1998) al señalar que es preciso un nuevo mapa de la comunicación internacional. Muy cercana a este punto, Winzeck (1997, p. 220) recuerda que para que accedamos a un mundo más equitativo, justo, democrático, las leyes deben ser aplicables a todos, pero no sólo eso, sino que el interés público debe privar por encima del privado, con base en la argumentación y no en el poder. Si la dominación simbólica, como pretenden Thompson (1993) y los países no alineados (en Roach, 1997) constituye hoy el centro en torno al cual gira el resto de formas de dominación, la discusión en torno a un Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación que como primer paso revise el mapa económico de las comunicaciones y restaure la capacidad de los Estados, de los ciudadanos, ante lo que la ONU ha insistido en denominar un poder invencible (entrevista con Kofi Annan, 1998), continúa vigente, a veinte años de la cumbre de la comisión MacBride.

Parte de este trabajo es la observación de cuánto ha cambiado la configuración de la centralidad simbólica desde la Guerra Fría. A gran escala, se han llevado trabajos de análisis del contenido en la prensa mundial, particularmente desde Europa y Estados Unidos (Campbell, 1996; Cooperative Study of Foreign News and International Flow in the 1990's), Africa (African News for Africa, 1996) y América Latina (Lozano y Gómez Cruz, 1998). Los resultados sugieren que si bien la imagen que la prensa está formando de "los otros", tiende a ser más

equitativa que durante los 60 y 70, los desequilibrios entre el imaginario que forman acerca de Tercer y Primer Mundo aún existen.

Intentando hacer una modesta contribución al estado de la discusión desde una microrregión específica de México, la ciudad de Veracruz, he analizado el contenido de los periódicos locales. Para ello he retomado las preguntas de Lozano referentes a la atención que dan los periódicos veracruzanos a la información internacional, su tendencia a prestar más atención a las noticias internacionales acerca de nuestra región o a Estados Unidos y a Europa, los tópicos que reciben mayor cobertura, la dependencia a las “cuatro grandes” agencias de información, y añadido: ¿qué tipo de voces son más recurrentes en los periódicos veracruzanos? ¿Privilegian los periódicos veracruzanos en su jerarquización a las narraciones originadas en Estados Unidos o Europa?

Los resultados sugieren que la atención prestada a la información internacional es menor que la que se puede observar en otros puntos del mundo, de nuestra región e incluso de nuestro mismo país. Por ejemplo, mientras que los periódicos El Norte y Excélsior promediaron en el estudio de Lozano, más de 30 textos de información internacional por día, los periódicos veracruzanos, en el mejor de los casos, alcanzaron una media de 13 textos. Esto puede deberse, empero, a su origen microrregional. De cualquier modo, esto ya contradice las conclusiones de Ciespal en 1967, que según Lozano y Gómez Cruz, reportaron un gran interés de los medios de comunicación del área por lo sucedido allende sus fronteras, particularmente en Estados Unidos y Europa. En este punto, la prensa veracruzana no tuvo un comportamiento homogéneo. Mientras que El Dictamen incluyó en su temario más textos de Estados Unidos, Sur fue más equitativo en el tratamiento de las regiones, particularmente entre Europa y Latinoamérica. El

promedio, sin embargo, arrojó un resultado, este sí, más o menos equitativo. Para African News for Africa (1996) y Lozano y Gómez Cruz (1998) esto puede ser visto con optimismo.

Si bien las cuatro grandes agencias que dominaron el mapa de las comunicaciones durante la Guerra Fría (Boyd-Barret, 1995; Vincent, 1997) no aparecen con frecuencia en las narraciones analizadas, no parece existir gran diversificación en los proveedores de noticias de la prensa veracruzana, cambiando el dominio de la centralización de la información internacional a la agencia gubernamental Notimex. La posesión de la centralidad de la información a manos del Estado mexicano es un punto para discutir en la agenda local del debate sobre el NOMIC. Un fenómeno similar pudiera estar ocurriendo en otras partes del mundo, donde el Estado ha tenido, como en México, un fuerte papel pero contrario a las expectativas de canalizador y protector del derecho público que demandan los países no alineados.

Me pareció pertinente aportar a la idea de centralidad como producto de las desigualdades en el mapa de las comunicaciones, el análisis del punto donde se origina la información. La evidencia sugiere que unos cuantos roles sociales construyen la imagen de nuestro mundo exterior. Estos roles sociales han estado históricamente ligados al poder y por lo que parece, al dominio de las formas simbólicas. Se trata de los mismos productores de noticias, que en este caso son, aunque pueda no ser explícito, las mismas agencias de noticias que centralizan la información. Otra fuente recurrente fue la gubernamental, en este mismo tenor.

Si bien se ha admitido ya que los cambios desde los 60 y 70 respecto a las preocupaciones de la prensa latinoamericana parecen ser notables, el análisis de la jerarquización que los periódicos veracruzanos dieron a la información de las diferentes regiones del mundo permite continuar con las razones por las cuales sigue siendo pertinente la discusión acerca del Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación. Si los periódicos locales, más

frecuentemente Sur, dieron en Veracruz atención más o menos equitativa a Latinoamérica, Europa y Estados Unidos, nuestra área fue frecuentemente relegada a las páginas pares, es decir, se le concedió frecuentemente menos importancia a la información generada desde nuestra misma región geolingüística. Aún más, la suma de la información resultante del Primer Mundo (Norteamérica y Europa) fue generalmente mayor a la del Tercer Mundo, en el cual se localiza nuestro país, aun cuando no siempre fue positiva, como la evidencia mostró acerca de Estados Unidos.

Como ya se ha dicho, no parece posible lograr generalizaciones desde una microrregión específica como es México. Se trata de un trabajo que tiene que ser visto a la luz de un esfuerzo mayor. Los desequilibrios en el flujo de las comunicaciones parecen un hecho, si bien se han matizado desde los 60 y 70. La propuesta es que se han sofisticado las estructuras de dominación pero que permanecen centrales, verticales. Recuperando las ideas de Winseck (1997), parece necesario que para avanzar al siglo 21 con esperanza, es preciso discutir un Nuevo Orden Mundial, con reglas y derechos para todos.

Referencias.

- African news for Africa: Or is still the same old story? (1996, noviembre). Disponible en <http://subsite.unc.edu/new.flow/results/debeer.htm>
- Arellano, L., Chong, B., Gaña, A., Gendreau, M., Guicho, F., Gutiérrez, M., Lozano, J. C., Martínez, F. J., Morales, L., Orellana, L., Ortiz, M., Matanzo, L., Priante, J. A. Quintanilla, C., Román, M. A., Villarreal, M. C. (1995). Temas y fuentes informativas en la prensa mexicana: Estudio comparativo. Anuario de investigación de la comunicación, 2, 241-260.
- Argudín, Y. (1987). Historia del periodismo en México: desde el virreynato hasta nuestros días. México: Panorama editorial.
- Bergmo, T. C. (1998). Regulation of the media in the 21st century. Disponible en: <http://subsite.unc.edu/new.flow/results/newsmap.htm>
- Boyd-Barret, O. (1995). NWICO strategies and media imperialism: The case of regional news exchange. En K., Nordenstreng, H. Schiller, (Eds.), Beyond national sovereignty: International communication in the 1990's (2 reimpression), (pp. 177-192).
- Campbell, W. J. (1996, mayo). Two days in the world of news: An exploratory analysis of media content in 37 countries. Ponencia presentada en la conferencia anual de la International Communication Association, Chicago, Ill. Disponible en: <http://subsite.unc.edu/new.flow/results/campbell.htm>
- Casas Pérez, M. L. (1997). Reflexiones sobre política y medios de comunicación al final de una era. Diálogos de la comunicación, (48), 33-43.
- Cooperative study of foreign news and international flow in the 1990's (1998, noviembre). Disponible en: <http://unc.edu/maggot/newsflow/design/no.frameindex.htm>
- Chomsky, N., Herman, E. S. (1990). Los guardianes de la libertad. Barcelona: Grijalbo Mondidori.
- Dorfman, A. (1980). Readers nuestro que estás en la tierra: Ensayos sobre el imperialismo cultural. México: Nueva Imagen.
- , Mattelart, A. (1975). Para leer al Pato Donald (13 ed.). México: Siglo XXI.
- Entrevista con Kofi Annan (noviembre, 1998). Disponible en: www.ifex.org/communique/vol.7/7-18/section1.htm
- Esteve, F. (1995). La información especializada y el Nuevo Orden Internacional de la Comunicación. Diálogos de la comunicación, (42), 25-31.
- Galperín, H. (1997). Las industrias culturales en los acuerdos de integración regional: El caso del TLCAN, la UE y el MERCOSUR. Comunicación y Sociedad, (31), 11-46.
- Gerbner, G., Mowlana, H., Schiller, H. I. (1996). Introduction. En Gerbner, G., Mowlana, H. Shiller, H. I. (Eds.), Invisible crisis, 1-3.
- Hamelink, C. (1997). MacBride with hindsight. En Golding, P., Harris, P. (eds.), Beyond cultural imperialism: Globalization, communication and the new international order. London: Thousand Oaks.
- Habermas, J. C. (1998, agosto). Nuestro breve siglo. Nexos (248), 39-44.
- Herner, I. (1979a). Tarzán, el hombre mito. México: Diana.
- (1979b). Mitos y monitos: historietas y fotonovelas en México. México: UNAM.
- Larson, J. F., McAnany, E. G., Storey, J. D. (1986). News of Latin America on network television on the southern hemisphere. Critical studies in mass communication, 3, 169-183.
- Lozano, J. C. (1996). Teoría e investigación de la comunicación. México: Alhambra.
- (1997, julio). Oferta y consumo de contenidos televisivos transnacionales en México. Ponencia presentada en la XL Conferencia Anual de la Asociación Internacional de Estudios de la Comunicación Social (AIERI). Oaxaca, Mex.
- , Gómez, E. (1998). Noticias internacionales en la prensa latinoamericana. Manuscrito, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey campus Monterrey.
- Mac Bride, S. (1988). Un sólo mundo, voces múltiples: Comunicación e información en nuestro tiempo. México: Fondo de Cultura Económica.
- Mattelart, A y Mattelart, M. (1997). Historia de las teorías de comunicación. Barcelona: Paidós.
- Mayobre Machado, J. A. (1978). Información, dependencia y desarrollo: la prensa y el nuevo orden económico internacional. Caracas: Monte Ávila.
- Moragas Spa, M. (1981). Teorías de la comunicación. Barcelona: Gustavo Gili.
- Move on to revive NWICO (1996). New York: Editor & Publisher. (Proquest No. 51242634).

- Roach, C. (1997). Cultural imperialism and resistance in media theory and literary theory. Media, culture & society, 19, 47-66.
- Sánchez Ruiz, E. E. (1996). Flujos globales, nacionalismo y regionalismo de programas televisivos. Comunicación y sociedad, (27), 43-88.
- Santa Cruz, A., Erazo, V. (1980). El orden transnacional y su modelo femenino: Un estudio de las revistas femeninas en América Latina. México: ILET/Nueva Imagen.
- Seers, D. (1981). Introducción. En Seers, D. (compilador), La teoría de la dependencia: Una reevaluación crítica. México: Fondo de Cultura Económica, 11-19.
- Shoemaker, P. J. y Reese, S. D. (1994). La mediatización del mensaje: Teoría de las influencias en el contenido de los medios de comunicación. México: Editorial Diana.
- Sinclair, J., Jacka, E., Cunningham, S. (1996). New patterns in global television. En Sinclair, E., Cunningham, S. (eds.), Peripheral visión. New York: Oxford University Press.
- Tomlinson, J. (1991). Cultural imperialism. Baltimore: The Johns Hopkins University Press.
- Thompson, J. B. (1993). Ideología y cultura moderna: Teoría crítica y social en la era de la comunicación de masas. México: Universidad Autónoma Metropolitana.
- Van Zyl, J. (1998, noviembre). Civil Society and broadcasting in South Africa: Protecting the right to communicate. Disponible en: HYPERLINK <http://subsite.unc.edu/new.flow/results>
- Vincent, R. C. (1997). The future of the debate: Setting an agenda for a New World Information and Communication Order, ten proposals. En Golding, P., Harris, P. (eds.), Beyond cultural imperialism: Globalization, communication and the new international order. London: Thousand Oaks.
- Winseck, D. (1997). Contradictions in the democratization of international communication. Media, culture & society, 19, 219-246.

UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

CC
AI
1261

Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades

Departamento de Sociología

**LA COMPOSICIÓN POÉTICO-PATÉTICA EN TRES PELÍCULAS DE
DIRECTORES MEXICANOS**

Ponencia preparada para el X Encuentro Nacional de CONEICC

A celebrarse en Colima, Colima, el mes de Marzo de 1999

Mesa: Medios de comunicación: retrospectiva y prospectiva

Israel Tonatiuh Lay Arellano 10mo. Semestre de Sociología

Nombre: Israel Tonatiuh Lay Arellano

Dirección: Calle 66 No. 85, Zona Olímpica C.P. 44730 Guadalajara, Jal.

Teléfono: (3)6434-165

e-mail: lai92548@fuentes.csh.udg.mx

Título de ponencia: La composición poético-patética en tres películas de directores mexicanos.

Mesa: Medios de comunicación: Retrospectiva y prospectiva

Abstract.

El realismo mágico latinoamericano es un género literario que muestra lo cotidiano dentro de algo irreal o extraño, de esta manera, la aplicación de lo poético es una de sus características. Dentro de algunos casos de la cinematografía mexicana se ha tratado de llevar este género, o algunos de sus elementos a la narrativa cinematográfica, presentándose películas cuyo contenido trata una historia de una manera poética en el entendido de que maneja lo cotidiano de una manera irreal o no muy usual. Mi postura ante tal acontecimiento es que la aplicación de este género literario al cine si bien le da un toque poético a la historia, cae en lo patético al minimizar las relaciones entre los individuos así como la situación y problemática social que se presenta.

Los casos que presento son tres realizaciones de directores mexicanos, el callejón de los milagros de Jorge Fons, El jardín del Edén de María Novaro y Un paseo por las Nubes de Alfonso Arau.

La composición poético-patética en tres películas de directores mexicanos

El propósito de la presente ponencia es analizar y debatir el efecto del realismo mágico latinoamericano cuando este género literario, o alguno de sus componentes, es llevado a la cinematografía. La fórmula por sí misma ha sido en los últimos años una de las características de la esencia del cine latinoamericano (aunque no es ley, ya que en producciones anteriores se ha aplicado el concepto). En primer lugar presento una definición del concepto, para de ahí analizar tres películas de directores mexicanos: *Un paseo por las nubes*, de Alfonso Arau; *El jardín del Edén*, de María Novaro; y *El callejón de los milagros*, de Jorge Fons; en donde trataría de demostrar que de encontrarnos en una poesía visual, caeríamos en un patetismo por el manejo de roles y situación social.

El realismo mágico puede ser definido como la preocupación o el interés de mostrar algo común o cotidiano dentro de lo irreal o extraño. Algunos autores como Angel Flores explican que en el realismo mágico el tiempo fluye sin la restricción del tiempo, y lo que puede ser irreal aparece como real.¹

Uno de los aspectos más importantes en Alejo Carpentier, fue el análisis cultural de América Latina por medio de la literatura. Él presenta el Realismo Mágico en tres puntos: primero como una literatura maravillosa de origen europeo con referencias a eventos sobrenaturales; segundo, la realidad

¹ Luis Leal "El Realismo Mágico en la Literatura Hispanoamericana." en Cuadernos Americanos, Vol. 153. Núm. 4, año 26, pp. 203-235

maravillosa es más maravillosa que esa literatura y, por lo tanto, cabe hablar de "lo maravilloso americano", y finalmente que lo "real maravilloso" de América podrá trasladarse a la literatura solamente a condición de que los escritores tengan fe en que esa América es real o maravillosamente real. En términos generales, el concepto de lo maravilloso implica un sentido de sorpresa frente a lo inusual, inesperado, o un fenómeno improbable. Este puede ocurrir en varias maneras: naturalmente, como resultado deliberado de la manipulación de la realidad o por la percepción del artista, y finalmente por intenciones sobrenaturales. Por otra parte, estos provocan la presencia de algo diferente de lo normal².

El concepto del nuevo cine latinoamericano, el cual surge a partir del Primer Festival de Cine Latinoamericano, en Viña del Mar en 1967, asume una esencia propia como un movimiento artístico, auténtico, riguroso y liberante, por lo que se volcaría a su historia interior en busca de una narrativa propia³. Algún tiempo después, con la incursión de la literatura latinoamericana en realismo mágico, el cine tendría su oportunidad de también adaptar este género al celuloide, lo cual a la larga traería un buen impacto a las realizaciones latinoamericanas. El único filme latinoamericano en concurso en la 54ta. edición del festival de Venecia (septiembre de 1997), el filme brasileño *A ostra e o vento*, de Walter Lima Jr., conquistó con sus poéticas y mágicas imágenes al público de la Muestra. Con *A ostra...* llegó al festival el "realismo mágico" latinoamericano⁴.

² Documento en internet. <http://arcon.rutgers.edu/artists/magicrealism/alejo.htm>

³ Guevara, Alfredo. "Revista cine cubano" no. 120, 1987

La cinematografía mexicana en algunas producciones de los últimos años ha insertado este realismo mágico latinoamericano, o por lo menos algunos de sus elementos. La esencia poética ha logrado crear una aparente armonía en estas cintas, de tal manera que este cine nacional que en ocasiones es más premiado y alabado en Europa que en México, muestra una realidad inexistente en el *viejo continente*, esa esencia que el europeo busca en las subdesarrolladas naciones latinoamericanas, sin embargo, y ese es el propósito de esta ponencia, esta narrativa cinematográfica que se inspira o tiene elementos mágicos, corre el riesgo de minimizar los problemas y roles sociales y caer, de lo poético a lo patético.

El cine no es más que un medio de la re-presentación de la sociedad, el cual muestra una parte de la complejidad de la realidad, que por sí misma es contradictoria⁵. En este sentido tal complejidad comprendería la alienación vista desde Marx y también desde Marcuse. El primero diría que la alienación es una falsa conciencia, una adaptación del hombre al medio social, aún cuando este le sea hostil⁶. Marcuse por su parte dirá que tal concepto se vuelve cuestionable cuando los individuos se identifican con la existencia que les es impuesta y en la cual encuentran su propio desarrollo y satisfacción⁷.

Lo poético en el cine identifica al individuo con la historia que le está contando, pero el medio audiovisual se inclina hacia la alienación de Marx, la imagen se ve descontextualizada de su idea, de su re-presentación, y en este

⁴ Documento en internet. <http://www.lanueva.com.ar/97/09/0903040/htm>

⁵ Notas de seminario. Chávez Vaca Humberto. Profesor de Genealogía del Arte, departamento de filosofía UdeG.

⁶ Bartra, Roger. "Breve diccionario de sociología marxista" edit. Grijalbo, México 1973, pág. 67

caso se convierte en un escapismo, lo que significa una verdadera enajenación en términos filosóficos como diría Deleuze y el mismo Marcuse. Gilles Deleuze, filósofo francés, apuesta por una filosofía que se ha desarrollado paralelamente a la tradicional metafísica occidental. En este caso el centro del universo no es el hombre y su yo, sino el lenguaje, que en este contexto antimetafísico no debe ser entendido como lo fonográfico, sino como una esencia, por lo que el arte en su totalidad pertenecería a este universo. De cierta manera Marcuse, desde la economía y la sociología y mucho antes que Deleuze, apoya esta idea. Para él el arte es antimetafísico y por naturaleza antiestatario, o sea, que rechaza lo establecido. De esta manera la lógica de la tecnología en Marcuse es la metafísica en Deleuze, que tiene la habilidad de absorber al arte y arrebatarse su esencia crítica y creadora para convertirlo en un legitimador de clases sociales.

En este sentido ocurre ese fenómeno en el cine cuando lo poético de lo cotidiano muestra un microcosmos territorial que es delimitado. En *El callejón de los milagros* se trata del barrio popular en donde se encuentra la vecindad, el bar, la peluquería y el bazar. A la vez cada uno de estos delimita la esencia que, como seres humanos, cada uno de los personajes tiene. La vecindad no sólo es el hogar, sino el refugio de actividades de fe que escapan a la racionalidad del exterior, pero también es un sitio en donde los derechos humanos y la intimidad pueden ser violadas por el sistema coercitivo. Arau enfrenta en *Un paseo por las nubes* a una lógica que comienza a ser global, que ha demostrado su superioridad ante el mundo en la Segunda Guerra Mundial, contra un patriarcado que se ancla en tradiciones que mezclan lo

⁷ Marcuse. Herbert. "El hombre unidimensional" edit. Planeta DeAgostini, Barcelona. 1995 pág. 41

indígena, colonial y mestizo, una lógica y evolución más latinoamericana que la de una civilización industrial avanzada. María Novaro por su parte mostraría una frontera norte y su cotidianidad en una forma de aventura, de reto al mismo destino y a la patrulla fronteriza que toma su trabajo como un verdadero deporte, capturar y regresar mexicanos.

Las tres películas logran convertir lo cotidiano en poético, sembrando momentáneamente la idea de mirar al campo mexicano y buscar algún sembradío y vivir su lógica, acercarse más al barrio y convivir o de plano ir a la frontera y conocer la realidad. En mucho sentido esto es válido, es una función del cine, entretener y ser un momento de escape de la realidad, pero habrá ideas contrarias como la del fallecido director cubano Tomás Gutiérrez Alea, quien siempre, hasta el momento de su muerte, el 16 de abril de 1995, no se había arrepentido de defender el derecho del artista a ejercer sus deberes sociales. Estos deberes sociales implicaban hacer cine a toda costa, eludir las tentaciones de la tecnología, descolonizar las pantallas y formar un nuevo tipo de espectador mediante el sencillo método de diversificar la oferta. Para Gutiérrez Alea el cine era "un portador de ideas", "un arma ideológica sui géneris, porque sólo puede funcionar como tal en la medida que funcione como espectáculo"⁸.

Pero la ideología en el contexto de Gutiérrez Alea no parece llegar en las tres películas, al menos no con claridad. La combinación de una ceremonia prehispánica combinada con una industria de corte mediterráneo no nos dicen mucho, si acaso transmite la idea de mestizaje o de una sociedad que desde hace tiempo, y no como diría García Canclini, es híbrida. Curiosamente harían

referencia más bien a lo de ideas y creencias que señala Juan Ortega Gasse, quien menciona que la creencia tiene que ver más con el inconsciente colectivo, es más de cohesión, mientras que las ideas son cambiantes a mayor ritmo. Las tres películas parecerían manejar la creencia, con las tradiciones, moral familiar y creencia religiosa, en ningún momento parecerían manejarse las ideas, sin embargo son las creencias lo que cambian al final de cada historia: un patriarcado que termina creyendo en un estadounidense en el cual se finca la nueva raíz de la familia; una joven que termina siendo prostituta por conveniencia; y un campesino que delega la fe religiosa a una fanática de lo latinoamericano, aquí el sentido poético comienza a resquebrajarse para dar paso a una situación más real que no se plantea como el inicio de algo, sino como el final de esa historia.

Lo poético pierde su sentido para convertirse en patético, así lo puede demostrar el *bar de Don Ru*, cuyos personajes sentados ante el juego de dominó resumen una amplia gama de la clase media, un profesionalista que es odontólogo, un poeta que no tiene más que los poemas de Amado Nervo, los cuales repite hasta el cansancio, un controlador de territorio, un anticuario, un mesero que se roba parte de las ganancias y el dueño que se enfada de la cotidianidad en que vive y busca una relación homosexual. La amistad entre ellos supone un apoyo mutuo a pesar de estar violando las leyes y los derechos humanos de los demás, llevar una relación moralmente rechazada y aprovecharse de la confianza. Sin embargo ellos sólo se tienen a ellos. Por otro lado resulta también patético que educada bajo una moral familiar una joven decida convertirse en prostituta elegante por gusto y no por necesidad,

⁸ Documento de internet. Global information network

situación que se puede convertir en una polémica porque sin saber si Fons lo hace por convicción o por error, la narrativa visual no logra dar a entender eficazmente los motivos de la joven. Convicción o error de este director que hace cuestionar los conceptos que una sociedad como la nuestra parece tener claros. ¿si hubiera sido necesidad no habría ayudado a su madre de una u otra forma?, ¿no fue por convicción propia que ante los demás desaparece sin dejar rastro?. Tal vez lo que Fons está tratando de decir explicar realmente es que el individuo social puede verse de repente independiente de valores y normas en un mundo al que, como explicaría el sociólogo francés Emile Durkheim, el individuo llega a una sociedad preestablecida.

Aunque el caso del *Callejón de los milagros* tendría otro aspecto importante en este sentido, y se trata de su origen literario, ya que es la adaptación de una novela egipcia, y aunque se podría suponer que la historia se acoplaría a lo poético de la construcción de un barrio de la ciudad de México, la contextualización político, social y cultural es un factor decisivo que se debió cuidar en la transferencia, por lo que quizás su patetismo radique también no en la minimización de la situación social que mencioné, sino que tiene que ver con la realidad egipcia y cómo esta es vista en aquel país, que por lógica es diferente a la mexicana.

El mundo que se nos había mostrado poéticamente tiene una caída patética no sólo por la misma narrativa cinematográfica, sino por la forma en que lo poético no controla la realidad social que se escapa de su encanto. En los burdeles de la alta sociedad o en las esquinas del centro histórico, las

relaciones de poder entre prostituta y padrote se dan de igual manera, nunca vemos a Alma (Salma Hayek) tener lo que le fue prometido, sigue atada a su clase popular por la cadena que le había regalado su pretendiente, quien simboliza la muerte cotidiana de la clase popular por la media y la alta.

Lo mismo sucede en *El jardín del edén* que no especifica para quién es esa tierra prometida, mientras que la barrera a vencer en la frontera no son los de migración que toman como deporte su trabajo además del despliegue de recursos y técnica, sino el mismo mexicano que la hace de pollero, de asaltante en las brechas. Nos volvemos a topar con una realidad que nos retrata como una cultura atrasada, que no logra conjuntarse en solidaridad, mientras los norteamericanos que son atraídos por ese esplendor preindustrial se muestran más caritativos, más humanos y más comprensivos de nuestra evolución social. Mientras los de la patrulla fronteriza aplauden los logros del deporte norteamericano en los individuos que se encuentran en la antesala del paraíso, una norteamericana adopta el papel de etnóloga y antropóloga para rehacer la historia de una indígena que ni siquiera habla español. De una manera un poco más grotesca, Novaro despliega todo lo poético que vive dentro de los *miserables* habitantes de Latinoamérica, simbólicamente de los más de cien millones de individuos en situación de indigencia que viven hacia el sur del Río Bravo. Novaro muestra también con imágenes poéticas la realidad de dos mundos divididas por una línea imaginaria, preguntándose quizás si lo que buscan los extranjeros en América Latina se debe a la grandeza del pasado y las raíces autóctonas de su folklorismo o a la desgracia de haber sido, y en

muchos aspectos seguirlo siendo, colonia de un mundo oscurantista o neocolonia de un macrosistema económico como el neoliberalismo.

En el caso de *Un paseo por las nubes* se presenta un cierto sentido de una visión *gringocéntrica*, que aunque indudablemente en un mundo lleno de poesía visual y musical que en muchos momentos embriagan al joven militar, la visión de globalización y de hibridez se presenta. De cierta manera se intenta copiar la percepción que Bruno Traven utiliza en sus novelas, el extranjero que llega a compartir y a vivir de este maravilloso mundo latinoamericano, sólo que Arau no desarrolla su historia en el sureño estado de Chiapas, sino en California; ni se trata de indígenas lacandones en medio de la selva, sino de un patriarcado minifundista con sembradíos de vid; tampoco se trata de un personaje que desarrolla una narrativa etnográfica y de explicación del entorno, sino de un militar recién llegado del frente oriental, más relacionado con el sistema; y en pocas palabras Arau no es como Traven.

A pesar de todo, de cierta forma lo que se está mostrando es una legitimación del orden social en que vivimos, y si se ha demostrado que estas películas utilizan algo del realismo mágico latinoamericano, pierde mucho su esencia al trasladarse a este tipo de historias no porque sean malas o hayan sido dirigidas erróneamente, sino porque confirman las teorías filosóficas y sociológicas tanto de Herbert Marcuse como de Gilles Deleuze. Por otro lado, quizás no haya mucho problema con los roles desempeñados por cada personaje en estas historias, incluso su inserción está bien lograda si tomamos en cuenta que son estereotipos, ya que el ser también individuo social es más

complejo de lo que se presenta, desde el jefe de familia (Anthony Queen) hasta el peón en *Un paseo por las nubes*; de Don Ru a la nuera que nunca habla; y del campesino (Bruno Bichir) hasta el oficial de migración, se presentan con lo que comúnmente se conoce de ellos, no hay magia en el desarrollo de los personajes, no son diferentes como en la realidad, por lo menos, anhelan ser.

La minimización de la situación social o su presentación como otro simple factor de la historia hacen suponer que aunque todo parezca mágico la realidad es mucho más cruda de lo que creemos, se nos presenta entonces una realidad que muchas veces escapa a nuestra jactanciosa mente analítica. Se presenta como una poesía porque encierra un núcleo de relaciones mediadas por la cohesión y la coerción, que saltan a lo patético cuando lo que creemos ver como ficción es más crudo y real en el mundo verdadero que jamás observamos y siempre miramos. Y aquí, al final de esta ponencia dejo una pregunta que cuestiona todo lo anterior ¿es esta muestra de cine una poesía de la realidad mexicana expresada por directores críticos, o es una ilusión para desviar la atención de la realidad social?

Israel Tonatiuh Lay Arellano

CCL
AI
1261

Actividad y pasividad en el consumo televisivo

Aída de los Angeles Cerda Cristerna

Maestría en Comunicación

Tecnológico de Monterrey-Campus Monterrey

Abstract

En este trabajo se busca conocer qué tipo de lecturas hace la audiencia acerca de un programa de televisión, y saber si se acercan más a la posición preferente o a la oposicional. Se aplicó un cuestionario a 101 niños de quinto grado de primaria para conocer sus hábitos de consumo de televisión y para encontrar qué tipo de lectura hacen sobre los significados presentes en una serie de dibujos animados, *Dragon Ball Z*. Los hallazgos indican que los niños realizan principalmente lecturas preferentes sobre los significados que se refieren a violencia, estereotipos de género e individualismo.

Actividad y pasividad en el consumo televisivo

Muchas de las preocupaciones de los primeros teóricos de la comunicación estaban basadas en la noción de las audiencias de los medios como masas. Bajo esta concepción, la audiencia estaba constituida por grupos de gran tamaño, compuestos por individuos aislados, desconocidos, pasivos y fáciles de manipular (Ang, 1995; Webster, 1998). Pero el concepto de masa pasa por alto que la audiencia está formada por personas, entes sociales, que se involucran emocional e intelectualmente con el contenido de los medios, así que es necesario acercarse al estudio de la recepción desde una perspectiva que considere este hecho.

Los enfoques críticos en la investigación de la comunicación empiezan a considerar que las audiencias son activas a partir de la perspectiva de los estudios culturales. Desde este punto de vista, los investigadores reconocen que las personas tienen capacidad para hacer lecturas diversas de los significados ideológicos de los medios.

La premisa de esta corriente es que los medios favorecen los intereses de las clases dominantes y contienen los significados que éstas proponen, pero que los receptores pueden interpretarlos de distintas maneras: asimilándolos, negociándolos o rechazándolos.

Stuart Hall (1980b, pp. 117-118) resume la perspectiva culturalista sobre el estudio de los medios y las audiencias en los siguientes postulados:

- Existe un rompimiento con los modelos de influencia directa, para entrar en un marco de referencia enfocado en el rol ideológico de los medios. Este enfoque define los medios como una fuerza cultural e ideológica, establecida en una posición dominante con respecto a la definición de las relaciones

sociales y a la producción y transformación de ideologías populares de la audiencia.

- Los textos de los medios no son portadores transparentes de los significados, sino que poseen una compleja estructura lingüística e ideológica.
- Hay una ruptura con la concepción de la audiencia pasiva e indiferenciada, que se ve reemplazada con la idea de una audiencia activa, que hace variadas lecturas de los mensajes. Además, se reconoce la relación entre la manera en que los mensajes fueron codificados, el "momento" del texto encodificado y la variación de la decodificación de la audiencia.
- La cuestión de medios e ideología trae a la agenda una preocupación por el papel que juegan los medios en la circulación y aseguramiento de las definiciones y representaciones ideológicas dominantes.

Para los culturalistas, en los medios de comunicación no hay mensajes libres de carga ideológica, todos reflejan determinadas perspectivas del mundo y dejan fuera otras. “En la televisión no hay tal cosa como ‘un texto inocente’, ningún programa que no sea digno de seria atención, ningún programa que pueda declarar que sólo provee ‘entretenimiento’ en lugar de mensajes acerca de la sociedad” (Morley, 1992, p. 82).

Ya que todos los mensajes llevan de por sí una carga ideológica, no solamente lo que se dice es importante, sino también la manera en que se dice y aquello que se omite, (Camargo, 1980). Entonces, los programas de televisión comunican más que su contenido manifiesto, y también es necesario preguntarnos qué es lo que se está dando por hecho dentro de ellos.

En su afán por obtener una comunicación clara y efectiva, los medios no pueden dejar los mensajes abiertos a cualquier interpretación. Los emisores intentan dar indicaciones dentro de la estructura del mensaje para establecer una de las varias lecturas posibles como la preferente o dominante (Morley, 1992, pp. 83-84). "La encodificación tendrá el efecto de construir algunos límites y parámetros en los cuales debe operar la decodificación. Si no hubiera límites, las audiencias podrían simplemente leer lo que quisieran en cualquier mensaje" (Hall, 1980, p. 135).

Aún en los programas que parezcan más triviales o inofensivos, como las caricaturas, hay significados preferentes que tratan de legitimar a las clases dominantes y transmitir sus valores. Lozano (1996, p. 167) explica que esto se debe a que son ellas quienes pueden divulgar su ideología con mayor facilidad, debido a los condicionantes económicos, políticos e ideológicos de los medios:

La necesidad de encodificar la realidad para poder percibirla propicia que alguien tenga que definir, establecer y legitimar los códigos que deberán emplearse. En sociedades caracterizadas por la desigualdad en el poder, en el status y en las oportunidades educativas y sociales, ciertos grupos (las élites) tienen más posibilidades que otros (los grupos subalternos) de definir esas reglas del juego y de imponérselas a los demás.

Cualquier sociedad o cultura tiende, con grados variados de estrechez, a imponer su clasificación del mundo social, cultural y político (Hall, 1980a, p. 134), lo que constituye un orden cultural dominante. Discursos sobre las diferentes áreas de la vida social están organizados jerárquicamente en significados preferentes o dominantes:

Decimos dominantes, no 'determinados', porque siempre es posible ordenar, clasificar, asignar y decodificar un evento en más de un 'mapeo'. Pero decimos 'dominante' porque existe un patrón de 'lecturas preferentes'; y ambos tienen el orden institucional/político/ideológico impreso en ellos y han llegado a ser institucionalizados. Los dominios de los 'significados dominantes' tienen el orden social completo enclavados en ellos como un conjunto de significados, prácticas y creencias: el conocimiento cotidiano de las estructuras sociales, de 'cómo funcionan las cosas para todo propósito práctico en esta cultura', el orden categórico de poder e intereses y la estructura de legitimaciones, límites y sanciones.

Sin embargo, al hablar de significados dominantes, no se refiere a un proceso que gobierna la manera en que se dará significado a todos los eventos, sino al trabajo que se requiere para legitimar una cierta decodificación de un evento dentro de los límites de las definiciones dominantes en que se le ha otorgado ese significado:

La definición de un punto de vista hegemónico es (a) que define, dentro de los términos de un horizonte mental, el universo de posibles significados de un sector completo de relaciones en una sociedad o cultura; y (b) que lleva con ello la etiqueta de legitimidad --aparece como equivalente a lo que es 'natural', 'inevitable', 'dado por seguro' acerca del orden social (p. 137).

A pesar de esto, no hay que asumir que tales estrategias son necesariamente efectivas, pues siempre es posible leer y hacer una interpretación contraria al discurso del

programa (Morley, 1992, p. 84). Los mensajes encodificados de una manera pueden ser leídos de otra diferente.

Los efectos que un mensaje de los medios pueda tener no son eventos aislados, sino que son momentos dentro de un proceso. Antes de que un mensaje pueda tener un efecto (como sea que éste se defina), satisfaga una necesidad o sea puesto en uso, primero debe ser apropiado como un discurso significativo y ser decodificado (Hall, 1980a; Morley, 1992), y es el conjunto de significados decodificados que se produce el que realmente tiene alguna influencia. Estos momentos no pueden ser identificados como elementos aislados, pues "están por sí mismos enmarcados en estructuras de entendimiento, así como siendo producidos por relaciones económicas y sociales, que dan forma a su 'realización' al final de la cadena de recepción y que permiten que los significados en el discurso sean transpuestos en la práctica o conciencia (para adquirir valor de uso social o efectividad política)" (Hall, 1980a, p. 130).

Por supuesto que debe existir reciprocidad entre los momentos de encodificación y decodificación, de otra manera no habría un intercambio de comunicación efectiva, pero esta correspondencia no es natural, sino construida. Los emisores desearían que la audiencia tomara el significado como ellos lo diseñaron, es decir, que los receptores operasen dentro del código dominante o preferente, pero tienen que confrontar con una comunicación que no es perfectamente transparente (p. 135).

El creador no puede determinar o garantizar cuáles códigos de decodificación serán utilizados, ya que las audiencias son productoras de significado, no solamente consumidoras del contenido de los medios. "El significado de los textos de los medios no es algo fijo o inherente dentro del texto. Más bien, los textos de los medios adquieren significado sólo en el momento de la recepción" (Ang, 1995, p. 214).

Por lo tanto, Hall (1980a) propone la existencia de tres posiciones en que los receptores pueden decodificar los mensajes: dominante-hegemónica, negociada y oposicional. Estas posiciones son articulaciones de una combinación entre los momentos de encodificación y decodificación (pp. 136-138).

La lectura dominante se da cuando la audiencia decodifica el mensaje tal como sus creadores lo codificaron, usando el código de referencia bajo el que fue creado.

La posición negociada contiene elementos adaptativos y oposicionales, reconoce la legitimidad de las definiciones dominantes al hacer las generalizaciones, mientras que hace sus propias reglas a nivel situacional y más restringido. Esto es, privilegia los elementos dominantes aunque también se reserva el derecho de hacer una aplicación a sus propias condiciones.

La lectura oposicional es una decodificación contraria o alternativa al código de referencia del mensaje. En esta posición, el receptor entiende el mensaje pero lo decodifica dentro de otro marco de referencia, distinto del preferente. No es que sea una lectura equivocada, sino que es más bien una crítica de la lectura dominante (Morley, 1992, p. 89).

Esta diversidad de lecturas tiene que ver principalmente con el contexto social y cultural, pues los individuos hacen la interpretación del significado de los medios desde los códigos culturales de los grupos a los que pertenecen. Las audiencias “decodifican o interpretan los textos de los medios de maneras relacionadas con sus circunstancias sociales y culturales y con las maneras en las cuales experimentan subjetivamente esas circunstancias” (Ang, 1995, p. 214). Morley (1992, p. 80) dice que las diferentes interpretaciones que los receptores hagan de un mensaje no son cuestión solamente de las diferencias de personalidad, sino que también se deben a las diferencias entre las

personas involucradas en distintas subculturas, ya que la pertenencia a un grupo social provee a los individuos de un marco de referencia para relacionarse con los medios.

No podemos decir por adelantado qué efectos tendrá el contenido de los medios sobre la audiencia o cuáles significados extraerá de él. Dependerá de cómo son esas personas, en términos de su género, nivel socioeconómico, edad, etc., y del contexto social y cultural en que los medios estén circunscritos cuando lleguen a la audiencia (Ang, 1995, p. 219).

La mediación, esto es, el proceso en el que se configura la interacción de los miembros de la audiencia con la televisión así como la creación que ellos hacen del sentido de esta interacción, tiene su origen en fuentes variadas: cultura, política, economía, nivel socioeconómico, género, edad, etnicidad, medios de información, condiciones situacionales y contextuales, instituciones y movimientos sociales (Orozco, 1996, p. 84).

Además, los mensajes comunicacionales también contienen significados alternativos, que en ocasiones critican y cuestionan a la clase dominante. Los culturalistas lo reconocen, y explican que los mensajes son polisémicos, lo que significa que los textos están abiertos a varias lecturas o que poseen múltiples significados. Sin embargo, no existe un consenso acerca de qué tan abiertos están (Dines y Humez, 1995, p. 572). “Los mensajes de los medios no resultarían tan exitosos y tan atractivos para las clases dominadas o subalternas si los mensajes enteros se concentraran exclusivamente en difundir los intereses, gustos y valores de la clase hegemónica”, explica Lozano (1996, p. 172), de modo que hacen concesiones para incluir significados alternativos como atractivo y así aumentar la rentabilidad del mensaje. Esto ocasiona que los receptores tengan la posibilidad de aceptar los significados alternativos en lugar de los dominantes.

De acuerdo con este autor, algunos significados alternativos que pueden encontrarse en los mensajes son las críticas a los actos de corrupción, prepotencia o injusticia de políticos y grandes corporaciones, a las fuerzas del orden cuando legitiman sistemas corruptos, a los estereotipos sociales y étnicos, a la violencia, al machismo, la presentación de minorías sociales y étnicas como protagonistas principales, el rechazo a la cultura elitista, la develación de trucos de los medios de comunicación para manipular a la audiencia y la defensa de la ecología.

Es necesario, entonces, preguntarnos de qué manera interpretan las audiencias los significados que proponen los medios, pues aunque los programas que vemos en la televisión y los demás medios de comunicación contengan significados dominantes y alternativos, “el hecho de que los mensajes sean polisémicos no significa que contengan significados realmente plurales” (Lozano, 1996, p. 174), puesto que los contenidos hegemónicos tienden a sobresalir por encima de los otros, y la manera en que están encodificados establece ciertos límites dentro de los cuales se hará la interpretación. Hall (en Dines y Humez, 1995, p. 572) sostiene que la estructura de los textos de los medios masivos de comunicación siempre sugiere fuertemente un significado "correcto", que tiende a promover la ideología dominante.

Actualmente, la cuestión acerca de cuáles son los efectos de la comunicación de los medios masivos puede ser reformulada de manera que la pregunta sea en qué grado la decodificación tiene lugar dentro de los límites de la manera preferente o dominante en que el mensaje ha sido encodificado inicialmente (Morley, 1992, p. 86). En el presente trabajo se busca conocer qué tipo de lecturas hace la audiencia acerca de un programa de televisión, y saber si se acercan más a la posición preferente o a la oposicional, apoyándonos en la aplicación de un cuestionario a niños de primaria.

El cuestionario fue contestado por 101 niños que forman el total de alumnos de quinto grado de tres escuelas públicas de San Nicolás de los Garza y Guadalupe, N.L. -- ciudades ubicadas dentro del área metropolitana de Monterrey--, en marzo de 1998. Fue autoadministrado en el salón de los niños. De la muestra, 56 encuestados son mujeres y 45 son hombres. La edad promedio es de 10 años y medio. La mayoría vive cerca de su escuela. El 53% pertenece al nivel socioeconómico medio bajo y el 47% al nivel socioeconómico medio medio¹.

Los resultados que aquí se presentan no pueden proyectarse al total de la población, pues la muestra no es estadísticamente significativa. Aunque sólo nos hable de este grupo en particular, el sondeo puede darnos una visión de la manera en que los niños que compartan características demográficas similares se comportan como audiencia. También es importante hacer notar las limitaciones temporales del estudio, pues las preferencias de los niños pueden haber cambiado desde la fecha en que se realizó.

Resultados

En el cuestionario se incluyeron preguntas sobre los hábitos de consumo de televisión de los niños. No hubo un solo niño que dijera que no veía la tele, todos acostumbran hacerlo. La mayoría de ellos dijo que veía la televisión mañana, tarde y noche, tanto entre semana como en fin de semana.

Los estudios de recepción toman en cuenta las mediaciones en la relación entre los niños y la televisión, y concluyen que parte de éstas provienen de los padres y maestros, quienes permiten o no ver la televisión y controlan bajo qué condiciones pueden verla

¹ La clasificación se hizo con un mapa mercadológico, en base a la colonia donde viven los niños.

(Cornejo en Márquez, 1996, p. 29). Si bien las mediaciones pueden ser anteriores, simultáneas o posteriores al momento de estar frente al aparato (Orozco, 1994), resulta interesante conocer con quién ven los niños la televisión, para saber si se les presenta la oportunidad de dialogar con alguien sobre lo que están viendo en la pantalla. El 64% dijo que suele ver la televisión acompañado de sus papás, hermanos o amigos, de modo que es probable que entren en contacto con mediaciones institucionales durante el momento mismo de la recepción de un programa. Únicamente la cuarta parte de los niños dijo que siempre veía la tele solo.

Uno de los requisitos para que pueda darse el impacto de la comunicación transnacional en la identidad cultural es que la audiencia tenga disponibilidad de medios y/o contenidos extranjeros (Lozano, 1995/96, p. 262). Por lo tanto, es necesario conocer la penetración de los sistemas de televisión de paga en la audiencia, ya que “es en estos medios donde se asume que se puede encontrar la mayor oferta de canales y contenidos foráneos” (p. 265). La cuarta parte (f=26) de los niños cuenta con algún sistema de televisión por cable o satélite (de los cuales, 69% tiene Cablevisión, 23% tiene Multivisión, 4% tiene Direct TV y otro 4% tiene Sky), de manera en éstos se cumple la condición antes mencionada. Y aunque la mayoría de los niños no cuenta con un sistema de televisión de paga, en realidad sí están expuestos a la oferta de mensajes ajenos a su cultura, ya que la televisión abierta también transmite programas extranjeros, como veremos más adelante.

La mayoría de los canales preferidos por los niños son transmitidos a nivel nacional. Sólo mencionaron los locales 2 y 34. El canal 6 es, por mucho, el gran favorito. El 79% de los entrevistados lo incluyó en su lista. Este canal tiene la barra de caricaturas más extensa en la televisión abierta, de 7:00 de la mañana a 9:00 de la noche de lunes a

viernes. Entre semana completa su oferta con series y películas estadounidenses. Los sábados por la mañana también hay caricaturas. La tarde del sábado y el domingo, la mayor parte de la programación son películas norteamericanas de diversos géneros. Por lo tanto, los niños están expuestos a una gran cantidad de mensajes extranjeros cuando ven su canal favorito.

Otro canal bastante mencionado es el 10 (59% de penetración), cuya programación es completamente mexicana. Transmite telenovelas de 4:00 de la tarde a 10:00 de la noche. Podría parecer fuera de contexto en esta audiencia, pero las niñas -sobre todo- suelen ver telenovelas, aunque no sean el segmento hacia el que está dirigido este producto.

Casi la mitad de los encuestados (49%) mencionó el canal 7. En él se transmiten programas producidos en México (cómicos, de variedades, reportajes) y series estadounidenses. La proporción de contenidos extranjeros es menor, pero es necesario verificar cuáles programas son los que ven los niños.

Los niños listaron 145 programas diferentes cuando se les preguntó por sus favoritos.

Los más mencionados son:

Programa	Canal	Origen	F	Penetración² (%)
Dragon Ball Z	6	Japón	43	43
Los Simpson	7	Estados Unidos	41	41
La usurpadora	10	México	34	34
Atínale al precio	10	México	31	31
Mi pequeña traviesa	10	México	29	29
Ranma 1/2	6	Japón	25	25
El chavo del 8	2	México	24	24
La niñera	7	Estados Unidos	23	23
Tres por tres	4	Estados Unidos	23	23
Dragon Ball	6	Japón	18	18
La Güereja y algo más	10	México	18	18
Los Picapiedra	6	Estados Unidos	14	14
El hombre araña	6	Estados Unidos	13	13

² La frecuencia se refiere al número de veces que fue mencionado cada uno, y la penetración es el porcentaje del total de niños entrevistados que prefieren determinado programa. En la tabla se incluyen solamente los programas que tuvieron 10% o más de penetración.

Huracán	10	México	11	11
La hora de los chavos	7	México	11	11
Ricky Ricón	6	Estados Unidos	11	11
Los Supersónicos	6	Estados Unidos	10	10

Podemos ver que el programa favorito de este grupo de niños es la serie de dibujos animados *Dragon Ball Z*. Es interesante descubrir que la mayoría de los fans del programa son hombres; sólo cinco de los 45 entrevistados no lo mencionaron. Además, la primera parte de la serie, *Dragon Ball*, está en décimo lugar junto con *La Güereja* y algo más. El 41% de los niños ve *Los Simpson*, una caricatura que no está dirigida a su rango de edad. El primer programa mexicano de los que aparecen en la lista es *La usurpadora*, una telenovela. La mayoría de los programas son de ficción. Ocho de los 17 programas de esta lista son caricaturas. Este resultado es diferente al que presenta Charles en 1989 (p. 17), donde los niños de escuelas públicas muestran mayor predilección por series de aventuras y policiacas (36%), dejando a las caricaturas con un 12% de preferencia; pero coincide con lo encontrado por Márquez (1996, p. 65), que mediante entrevistas en profundidad descubrió que la mayor parte de los programas que los niños veían eran caricaturas; aunque es necesario aclarar que los estudios de ambas fueron realizados con niños más pequeños.

Al clasificarlos por origen, encontramos más de la mitad de estos programas (10 de los 17) son de origen extranjero, ya sea estadounidenses o japoneses. La otra parte es de origen mexicano. Si bien la diferencia no es muy grande, podría explicarse debido a la ausencia de oferta de caricaturas producidas en México, pues éstas forman gran parte de la mezcla de programas que les gusta ver a los niños.

Sin embargo, “aún en aquellos grupos que se exponen de manera significativa a mensajes extranjeros, la apropiación que realicen de estos últimos depende de complejos

procesos y mediaciones que pueden propiciar lecturas negociadas u opositivas, rediseños y refuncionalizaciones de los significados hegemónicos que contengan” (Lozano, 1995/96, p. 271). Por tal motivo, se buscó una respuesta a la cuestión de la apropiación mediante preguntas específicas en el cuestionario.

Partimos de la premisa de que *Dragon Ball Z* contiene principalmente significados hegemónicos pues en un estudio anterior sobre el tema, Cerda (1998) encontró que hay cuatro significados dominantes que se presentan con frecuencia durante la caricatura: presentación y legitimación de la violencia como medio para solucionar conflictos, presentación de actos o conductas machistas, presentación de estereotipos femeninos e individualismo. Basándose en un análisis de contenido de 10 capítulos de la serie, ella concluye que la mayor parte de los mensajes de la caricatura tienen significados hegemónicos. Destaca la ausencia casi total de mensajes alternativos, a excepción una ocasión en que se presenta la solidaridad entre amigos.

En el cuestionario se incluyeron preguntas para medir el tipo de lecturas sobre *Dragon Ball Z* que hacían los niños, y fueron contestadas solamente por aquéllos que acostumbraban ver la caricatura. Del total de encuestados, 48% dijeron que sí veían la caricatura con frecuencia. De éstos, 40 son niños y ocho son niñas.

Violencia. Del total de niños que acostumbra ver *Dragon Ball Z*, el 62% dice que la caricatura trata de peleas entre buenos y malos, porque los malos quieren conquistar el mundo. Y eso es precisamente lo que más disfrutan, pues al preguntarles qué es lo que más les gusta de la serie, las respuestas más mencionadas fueron las peleas o la manera en que los personajes pelean.

Acercas de las razones que justifican la violencia, el 16% dice que los buenos tienen que pelear contra los malos porque los malos quieren conquistar o destruir el mundo; el 13%

dice que así es la caricatura; otro 13% explica que el bien debe triunfar sobre el mal; 11% dice que pelean para defender o salvar a la Tierra; y 11% dice que porque son enemigos. En sus respuestas podemos ver que los niños legitiman el uso de la violencia para resolver los conflictos entre los personajes.

Estereotipos de género. Aunque el 49% dice que no hay nada que no le guste de la caricatura, la respuesta que sigue en número de menciones (20%) es "que salgan mujeres". Cuando se les preguntó a los niños sobre su opinión de los personajes, los personajes masculinos fueron calificados como fuertes, poderosos, buenos amigos y buenos luchadores, incluso aquéllos que juegan el papel de malos. Pero el único personaje femenino que participa con frecuencia en las aventuras de los demás, Bulma, fue descrito como romántica, enamorada, miedosa, poderosa y bonita.

Individualismo. Los niños que acostumbran ver la caricatura respondieron que les gustaría usar las esferas del dragón para revivir ellos mismos, revivir a alguien o tener vida eterna (20%), para pedir un deseo (15%), para ser invencible y poderoso como Gokú, el protagonista de la serie (15%), para tener dinero y otros objetos (13%) y para la paz del mundo o para que no hubiera guerra y violencia (13%).

En la caricatura, tanto buenos como malos casi siempre están buscando las esferas del dragón para revivir a alguien que murió en las peleas de los capítulos anteriores, aunque los malos también quieren dominar el mundo o tener vida o juventud eterna en algunas ocasiones. Es interesante que la respuesta más mencionada sea precisamente la misma opción de uso que propone la caricatura.

Conclusiones

Desde el punto de vista de los estudios culturales, las personas tienen capacidad para resistir o negociar la manipulación ideológica de los medios. Sabemos que los códigos en que un mensaje se codifica y se decodifica pueden no ser los mismos, pues cada una de estas actividades se lleva a cabo en diferentes momentos dentro del proceso de comunicación (Hall, 1980, p. 131). Pero partiendo de la premisa de que los medios contienen los significados que la clase dominante propone, es importante destacar que el programa favorito de los niños de quinto grado de primaria entrevistados, *Dragon Ball Z*, es extranjero, aunque también reciben programas nacionales.

Por medio de la aplicación de un cuestionario, se buscó descubrir en qué grado los niños estaban haciendo la decodificación de su programa favorito dentro de los límites de la manera preferente o dominante en que el mensaje había sido encodificado inicialmente.

Basándonos en el supuesto de que *Dragon Ball Z* contiene principalmente significados hegemónicos, encontramos que los niños entrevistados hicieron lecturas preferentes de estos significados en lo que se refiere a violencia, estereotipos de género e individualismo.

En sus respuestas podemos ver que los niños ven como algo legítimo que los personajes buenos usen la violencia para defender al mundo de los personajes malos. La quinta parte de los niños dice que lo que no les gusta del programa son las ocasiones en que salen mujeres. Además, al expresar su opinión sobre los personajes, los masculinos son calificados con atributos que dentro del contexto de la caricatura son positivos (fuerza,

poder, compañerismo y calidad como luchadores), mientras que Bulma, un personaje femenino, es descrito de manera estereotipada (romántica, enamorada, miedosa, bonita), y solamente se parece a los hombres en que es poderosa. Respecto al individualismo, podemos ver que los niños dicen que usarían las esferas del dragón para fines particulares, como tener vida eterna (el principal uso que propone la caricatura), poder o dinero, y muy pocos les darían un uso para el bien común, como ayudar a los pobres o que no haya guerra en el mundo.

Los hallazgos coinciden con los de un estudio cualitativo sobre la apropiación de *Dragon Ball Z* que realizó Cerda (1998). Con base en tres sesiones de grupo, cuyo fin era identificar las interpretaciones de niños de quinto grado de primaria sobre esta serie de dibujos animados, su conclusión es que los niños hacen principalmente lecturas preferentes, negociando solamente los significados que se refieren al individualismo. Los participantes de estas sesiones fueron hombres solamente.

Con los resultados del presente trabajo parece comprobarse la propuesta culturalista de que los significados hegemónicos son los que tienden a prevalecer en las interpretaciones de la audiencia. La pregunta que queda a resolver en futuros estudios es si esa capacidad de ser activos, de negociación o rechazo que tienen las audiencias, realmente los está protegiendo de los mensajes dominantes que ofrecen los programas de televisión a los que se exponen.

Bibliografía

- Ang, I. (1995). The nature of audience. En Downing, J., Mohammadi, A. y Sreberny-Mohammadi, A. (Eds.), Questioning the media: A critical introduction (2a. ed.). Thousand Oaks, California: Sage Publications.
- Camargo, M. (1980). The ideological dimension of media messages. En S. Hall, D. Hobson, A. Lowe y P. Willis (Eds.) Culture, media, language. Londres: Hutchinson/Centre for Contemporary Cultural Studies.
- Cerda, A. (1998). Recepción y apropiación de *Dragon Ball Z* en niños de quinto año de primaria. Ponencia presentada en el IX Encuentro de la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación "Investigación de la comunicación: objetos, teorías y métodos", Tlaxcala, Tlax.
- Charles, M. (1989). La televisión y los niños. El reto de vencer al Capitán América. En E. Sánchez Ruiz (Comp.), Teleadicción infantil: ¿mito o realidad? México: Universidad de Guadalajara.
- Dines, G. y Humez, J. (1995). Gender, race and class in media: A text-reader. Thousand Oaks, California: Sage Publications.
- Hall, S. (1980a). Encoding/Decoding. En S. Hall, D. Hobson, A. Lowe y P. Willis (Eds.) Culture, media, language. Londres: Hutchinson/Centre for Contemporary Cultural Studies.
- Hall, S. (1980b). Introduction to media studies at the Centre. En S. Hall, D. Hobson, A. Lowe y P. Willis (Eds.) Culture, media, language. Londres: Hutchinson/Centre for Contemporary Cultural Studies.
- Lozano, J. C. (1996). Teoría e investigación de la comunicación de masas. México: Alhambra Mexicana.
- Lozano, J. C. (1995/96). Oferta y recepción de televisión extranjera en México. Comunicación y Sociedad, 25-26, 259-284.
- Márquez, M. (1996). El papel de las mediaciones en niños de primero de primaria: un estudio de recepción. Tesis de maestría, Tecnológico de Monterrey, Monterrey, México.
- Morley, D. (1992). Television, audiences and cultural studies. Londres: Routledge.

- Orozco, G. (1996). Televisión y audiencias: Un enfoque cualitativo. Madrid: Ediciones de la Torre/Universidad Iberoamericana.
- Orozco, G. (1994). Recepción televisiva y mediaciones. La construcción de estrategias por la audiencia. En G. Orozco (Coord.), Televidencia. Perspectivas para el análisis de los procesos de recepción televisiva. México: Universidad Iberoamericana.
- Webster, J.G. (1998). The audience. Journal of Broadcasting and Electronic Media, 42 (2), 190-207.