

CCC

AI

0326

DIAGNOSTICO DEL DESARROLLO
DE LOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACION EN
LA FRONTERA NORTE DE MEXICO

JAIME MANZANO LEON

*contiene datos
que pueden
complementar el diagnóstico de*

telop- 5141425

Dom 3 Toluca 80-C Depto 201
Caj. Ajusco Del. Legación
CP 04300

INTRODUCCION

La frontera norte de México (FNM) es el principio y final del país, así como un área de tránsito.

La colindancia de la FNM con los Estados Unidos, por la problemática que ahí se desarrolla, la convierten en una zona prioritaria para el interés nacional.

Entre los fenómenos que ahí se manifiestan está la transculturización, cuyas vías de penetración son múltiples, entre las que destacan los medios masivos de comunicación. Tal fenómeno acarrea preocupaciones sobre la conservación de la soberanía nacional, pues supone el debilitamiento de la identidad nacional y la cultura regional de la frontera.

Lo anteriormente reviste una serie de matices, pues no se puede hablar de una transculturización total, con el análisis del desarrollo de los medios masivos de comunicación, se podrá definir con mayor precisión el grado de transculturización y la dependencia socioeconómica. También es importante definir la relación existente entre disponibilidad de los MMC desarrollo y crecimiento. Y para ello se determinarán variables referentes a la concentración de habitantes y la clasificación de poblaciones (muy urbano, ur

bano, rural y muy rural).

El estudio de la disponibilidad de MMC es indispensable en la definición de sistemas de comunicación en la zona, útiles en la lucha contra la transculturización y para apoyar el fortalecimiento de una cultura local e identidad nacional.

El diagnóstico de la disponibilidad de sistemas comunicativos, permitirá definir los espacios débiles de la cultura y las necesidades comunicativas.

Este diagnóstico permitirá la pleneación de medios de comunica-
ción más eficientes apegados a las necesidades de los habitantes de la zona, sin perder de vista el interés nacional.

Antes de proseguir, es conveniente ^{referirnos} brevemente a la dinámica socio-económica que caracteriza a la FNM. Sin ella, el análisis quedaría incompleto.

En la actual coyuntura de la vida nacional, los estudios sobre la frontera norte de México (FNM), han cobrado, cada vez, mayor relevancia. La vecindad con los Estados Unidos, el país más desarrollado de la tierra, genera interacciones complejas.

La problemática existente en la FNM convierten a ésta, en una zona considerada como crítica, que influye de manera primordial en las relaciones entre México y Estados Unidos, debido a que este último, es el país con el cual se tiene mayores intercambios económicos.

La FNM entra, por su importancia, en las negociaciones internacionales de México con el país vecino. Existen viejos y nuevos problemas que en ocasiones son utilizados como presión, como la migración, comercio, -- flujos financieros, maquiladoras, recursos naturales compartidos, etc.

La frontera con Estados Unidos es de 3,597 Km. Del lado mexicano existen 34 municipios con una población global de 3 millones de habitantes aproximadamente; y del lado norteamericano hay 24 condados con una

población global de 3,500,000 habitantes. A las ciudades más importantes de México le corresponde una similar del otro lado, con lo cual se da un fenómeno de interacción muy arraigada. Los intercambios que se dan entre ambos lados de la frontera no están al mismo nivel. El desarrollo económico de los Estados Unidos le otorgan mayores ventajas a sus ciudades, siendo las mexicanas, la que mantienen una situación de dependencia.

"Tales interacciones fronterizas provocan efectos locales (en la FNM) en áreas como: empleo, desempleo, costo de la vida, distribución y acceso a servicios municipales, patrones de consumo, influencias culturales, factores criminógenos, relaciones interétnicas, etc. Aunque estos fenómenos están derivados de condiciones estructurales de dependencia se manifiestan y se desarrollan con una dinámica propia que comprende o produce efectos en ambos lados de la frontera" 1/

Las condiciones de dependencia se acentúan en la FNM. A pesar de considerarse como una zona con niveles de vida superiores al resto del país, su problemática aumenta constantemente. La carencia de servicios es alta, debido a la población flotante compuesta por flujos migratorios provenientes de la República, que buscan introducirse en los Estados Unidos. Tal situación es provocada por las condiciones estructurales en que vive el país.

Según encuesta realizada en dos ciudades fronterizas de Tamaulipas (Nuevo Laredo y Matamoros) destacan las problemáticas de falta de agua potable, seguridad pública, pavimentación, desempleo y alumbrado público. 2/

1/ Bustamente, Jorge. Cap. la interacción social en la frontera México-Estados Unidos: Un marco conceptual para la investigación. La frontera
La Barta Col. Mex. 1981 México R. 27

La población que recientemente se asienta en la FNM llega en búsqueda de nuevas perspectivas, las cuales no encontró en su lugar de origen; éstas fincan sus esperanzas en la posibilidad de cruzar la frontera. El descontento y frustración forman parte de la manera de concebir su realidad. Está en ocasiones, llega a emerger en las ciudades fronterizas, de diversas formas.

En cuanto a la población residente en la FNM, que vive en constante interacción con las ciudades norteamericanas, pares a la suya, experimenta -- condiciones ^{en ocasiones} que lo ligan más al país vecino que al centro de México. La población fronteriza se localiza en comunidades aisladas, como pequeños islotes flanqueados por una vasta zona descértica. Las localidades son -- predominantemente urbanas. En estos territorios, ^{sólo} uno de cada tres mexicanos habita en poblados menores de 5,000 habitantes .

Existe una desvinculación entre las ciudades fronterizas, lo cual las fragmenta. Esto fue provocado por el interés de crear vías que permitieran el flujo de intercambio comercial entre capitales estatales y del país, con los Estados Unidos. De esta manera las ciudades fronterizas han sido -- consideradas como zonas de tránsito.

"El sistema vial existente no contribuye a vincular las localidades fronterizas entre sí o a enlazarlas eficientemente con los principales centros -- productores y consumidores del país. 3/

2/ Salinas, Carlos F. Esquina del poder. Tamaulipas 1986. pp 153, 154 y 157.

3/ Tamayo, Jesús y José Luis Fernández. Zonas fronterizas; México-Estados Unidos. Ed. CIDE, Agosto 1983. México p.59

Ello ha generado circunstancias que impiden el abastecimiento de productos que demanda la población fronteriza, lo cual se refuerza debido a que los productores nacionales no intentan recuperar el mercado fronterizo, dejándolo así, bajo el control de los comerciantes norteamericanos. La interacción comercial, de dependencia para la FNM se refleja en su economía y cultura.

Con esto, entre otras cosas, la población recibe la influencia cultural y económica de los Estados Unidos. Las costumbres y hábitos de consumos de la sociedad de dicho país son transmitidos ampliamente por los medios de difusión masiva. Las estrechas relaciones económicas ponen en contacto a la gente con distintas tradiciones, formas de vida y jerarquía de valores. Dichas relaciones permiten el juego de un efecto-demostración de fuerte impacto en la conformación de la conducta del mexicano". 4/

Aunque no por ello, se puede considerar a la población mexicana fronteriza como totalmente integrada a la cultura norteamericana, ni que haya asimilado sus valores. Las relaciones cotidianas entre la población de la FNM, su cultura ancestral, valores y creencias, aún permanecen, pero ahora con pequeños cambios en su fisonomía. Como puede presuponerse en la FNM se genera un sincretismo cultural, que le da una personalidad propia.

En la FNM existen circunstancias que han provocado preocupación como es el caso de la población de la FNM con cierto grado de descontento que,

4/ Mendoza Berrueto, Eliseo. Cap. Algunos aspectos socioeconómicos de la frontera norte de la República Mexicana. La frontera norte. Col. Méx. 1981. México P. 52

A pesar de la situación geográfica en que vive la población de la FNM, - de la apabuyante penetración de una cultura extranjera y de la supremacía del centro del país, en la elaboración de mensajes, existe una cultura -- suigéneris, que en partes ha sido delincada. El sincretismo cultural en la FNM es una realidad. Los habitantes, sea por las circunsntancias anteriormente planteadas han asimilado valores sociales, que en ocasiones pueden considerarse contradictorios. Es conveniente recalcar que una cultura no surge ni desaparece por decreto; se va formando en un largo proceso. Las comunidades la van creando diariamente y ésta adopta la forma que es útil a quien la vive.

En la FNM, la cultura no es totalmente norteamericana, pese a lo que se desee afirmar. No lo es, porque la población es mexicana y sus relaciones sociales tienen otros fundamentos. Tampoco es absolutamente mexicana debido al contacto diario con el país vecino y porque las interacciones que tienen con éste, así lo exige.

Es necesario comprender esa cultura, desde sus parámetros. Sería muy aventurado juzgarla con los valores culturales del centro del país, pues - son realidades distintas. En México existe una amplia gama de culturas - con peculiaridades muy características. Lo cual tampoco indica que carezcan de puntos en común.

Lo que puede ser preocupante para el centro, para la FNM puede ocupar un segundo término de interés. Es por esa razón que es conve--

niente compenetrarse en su ideología y tratar de determinar sus reglas. Los MMC como difusores de una cultura y de la realidad local, regional y nacional requieren de un análisis que permita medir sus logros, para posteriormente definir sus perspectivas.

El estudio de la situación actual de los medios masivos de comunicación en la frontera norte de México es un primer paso que permitirá evaluar el grado de transculturización en la zona, planear un sistema de comunicación integrado y destinado al fomento de una cultura regional y a la consolidación de una identidad nacional.

La colindancia con Estados Unidos, cuyos antecedentes históricos nos recuerdan sus actitudes anexionistas y su actual desempeño imperialista; y si se le suma el aislamiento en que se encuentra la franja fronteriza y su relativa incorporación a la dinámica social del país; el dominante centralismo; las recientes manifestaciones (débiles aún) contra el sistema y los ataques contra México, en la prensa norteamericana, han propiciado temores sobre la estabilidad nacional.

En base a lo anterior algunos sectores sociales han llegado a suponer un peligro en la soberanía del país, debido a la continua expansión y dominio de los productos culturales norteamericanos y el lento desarrollo de los medios masivos de comunicación mexicanos.

La prob^{le} mática se vuelve aún más peligrosa por la ubicación geográfica pues se considera a la zona como la puerta de entrada a México y se espera que ella sea la primera barrera y no permita circular productos culturales ajenos al país.

Ello se acentúa en la escasa disponibilidad de televisores locales, revistas, productos radiofónicos, noticieros, empresas editoriales y discográficas, etc. Con lo que la cultura regional pasa aún segundo término.

Tanto el centralismo como la transculturización ejercen un fuerte control; sobre la FNM. Esto debilita los esfuerzos locales por conformarse una personalidad propia que contemple su condición de frontera de México.

El fortalecimiento cultural regional e identidad nacional son parte de un desarrollo integral de la zona, pues su consolidación requiere de cambios socio-económicos a todos los niveles. Las manifestaciones artísticas y folclóricas son indispensables, pero no son suficientes para lograr tal objetivo, se requieren cambios más profundos y nuevas reglas del juego.

La creación de un sistema de comunicación social que integre a los medios masivos de comunicación de la frontera es un elemento primordial, si se considera como promotor del cambio, de tal forma que la FNM deje de ser considerada como vía de paso y se convierta en la primera muestra para los norteamericanos de un país soberano con identidad nacional propia y homogénea.

A parte de la realidad cotidiana, los medios masivos de comunicación son los canales por los cuales la población percibe su realidad y la del país. Lo que los convierte en mecanismos indispensables para la conformación cultural. Su influencia en la opinión pública la convierte en asunto de interés nacional, debido a la función que juega en ocasiones como salvaguarda de la soberanía nacional.

lo manifiesta en los procesos electorales que ahí tienen lugar. Ello es aprovechado por los noticieros norteamericanos para crear una imagen negativa de México. 5/ Lo que también es utilizado para presionar en la mesa de negociaciones e intervenir en asuntos que sólo conciernen a los mexicanos, en detrimento de la soberanía nacional.

La problemática en que vive la FNM aún no ha sido resuelta, pero se han tomado medidas que tienden a amortiguarla. Aún así existen rubros como el de la cultura promovida por los MMC que distan mucho de quedar resueltos. Aunque para ello, se reconoce la necesidad de avanzar grandemente en los problemas mencionados con anterioridad. La situación de transculturización en la FNM es una actual preocupación, ya discutida en el senado de la República, 6/ pues está de por medio la soberanía nacional. Es evidente que la solución a la falta de una cultura regional e identidad nacional en la FNM, debe plantearse al paralelo a la superación de otras deficiencias de la zona.

La transmisión de valores norteamericanos en la FNM, esta bastante extendida. Primero por estrecho contacto a un modelo de desarrollo superior y por la lejanía, debido al aislamiento con ciudades de otros estados, incluyendo a los fronterizos. Ello inhibe que se genere un proceso de identificación con las problemáticas de las zona en su conjunto y con el resto del país. Por otro lado, la dependencia de las ciudades fronterizas en cuanto a los contenidos de los medios masivos de comunicación hacia el centro del país, como al extranjero.

5/ Bealey, John. Ponencia: La imagen de México en la prensa norteamericana. Seminario México-Estados Unidos, Cooperación y Conflicto. Torre Secofi, México D.F. 15 de Diciembre 1986. Evento organizado por el Colegio Nacional de Ciencias Políticas y Administración Pública AC

61 el día 11 Oct. 86 Mex. DF

Reforzar la frontera Norte de México, impedirá la invasión cultural norteamericana que se supone, había venido ganando terreno en la mente de la población.

El proceso de transculturización en realidad no sigue un camino, ni está sujeto a leyes simplistas. La cultura fronteriza y su evolución no es lineal, tampoco responde de manera causal a la cercanía con los Estados Unidos.

En torno a la cultura de la frontera norte de México se ha creado el mito de la transculturización y con él, el peligro de la pérdida de la soberanía nacional. ^{7/} No se quiere con esto afirmar que tal transculturización no exista y que no representa un peligro. A donde se quiere llegar es a puntualizar que tal proceso no se fundamenta con la teoría del dominio del más fuerte.

La cultura de un lugar no se da con la proximidad, la prueba de ello es que la Ciudad de México, posee el mismo proceso de transculturización que la frontera norte. Ello indica que la cultura en la actualidad sigue varios caminos para adentrarse en el país, valiéndose invisible en algunas partes de su trayecto. La penetración cultural es permitida; es una invasión aceptada. Se manifiesta en productos que se registran, son vendidos y comprados. Siendo el principal cliente el centro del país, donde se controla, también, su distribución, hacia el

^{7/} El Día. 15 de Oct. 1966. "En los grupos privilegiados no en la frontera, existe la desnacionalización". Alejandro Ordorica, director general del Programa Cultural de las Fronteras. SEP.

resto de México.

La causa que origina la introducción de productos culturales extranjeros es por un lado el insuficiente desarrollo de los medios masivos de comunicación en México, ^{que trae como consecuencia, la elaboración de productos de ínfima calidad que no satisfacen las necesidades de la población y} establecen una relación de dependencia hacia el país del norte y ^{por el otro} el afán de obtener una mayor ganancia, con el mínimo de inversión.

En este último punto, los medios masivos de comunicación se definen como empresa cuyo objetivo es la obtención de ganancia.

Los MMC diversifican su programación y contenidos para atraer la atención de un mayor número de consumidores; se basan en las preferencias y necesidades informativas de la población. Con la definición de auditorios los MMC venden espacios para la promoción de productos y servicios. Los publicistas ven en la definición del auditorio una herramienta útil para informar y convencer a éste de la existencia y "bondades" de su producto.

El apoyo que brindan los MMC a la publicidad y por ende, a la circulación de mercancías, los convierte en un instrumento importante para el desarrollo y crecimiento económico de una zona geográfica. En ese sentido los MMC son considerados como parte de la infraestructura urbana con que debe contar una ciudad. Los MMC ofrecen servicios a la industria y son su sostén. La planeación de cualquier desarrollo regional necesita tomar en cuenta la creación e impulso de medios de comu

pues son éstos los que permiten acelerar la circulación de bienes. Sin un sistema de comunicación eficiente se contraresta el flujo de la economía.

Por otro lado se considera que la transculturización no es exclusividad de la frontera norte, es un mal que afecta a todo el país un mal que no parece tener fin, aumenta sin cesar. Aspectos como el desarrollo tecnológico nos mantiene a la zaga e incrementa nuestra dependencia hacia el exterior.

En la frontera norte de México, se da un doble proceso de transculturización: uno proveniente de los Estados Unidos y otro de la Ciudad de México, como veremos en el desarrollo del presente trabajo.

El desarrollo de los medios masivos de comunicación, su contenido y características nos permitirá definir el grado de penetración que puede tener la cultura norteamericana en la frontera norte.

Es importante recalcar que la penetración cultural es aceptada por quienes controlan los MMC, por razones de ganancia económicas, con lo que se le da entrada. Aunque también existen otras vías, como el trato directo de los habitantes de la frontera, con el otro lado.

Aún así, los medios de comunicación juegan un papel predominante. En este sentido se buscará establecer los mercados comunicativos que existen en la zona sus características y los elementos que han influido en su desarrollo.

Los medios masivos de comunicación, como industria, requieren de un mercado de consumidores, que los mantenga. La comunicación existe, en parte, por la publicidad. Si no hay anunciantes se debe a lo limitado del mercado de compradores. Por lo que existe una correlación directa entre mercado de consumidores, publicidad y disponibilidad comunicativa.

En este sentido, la existencia de medios masivos de comunicación, responde directamente el desarrollo ^{del capital} y tamaño socioeconómico de la población donde se localizan.

Aunque como se puede ver en este trabajo, la concentración poblacional tiene importancia e influencia, no por la cantidad de gente en sí, sino por que las necesidades del conglomerado humano demanan servicios, empleos productos, actividades recreativas, información para su vinculación con la localidad o el país, etc. todos éstos factores generan riqueza. El desarrollo urbano y productivo manifestado en la disponibilidad de bienes y servicios para su comunidad determinan la cantidad de medios que, ahí pueden existir.

Con sus debidas excepciones, se encontrará una relación entre el tamaño de la población y la disponibilidad de medios, aunque la calidad de sus contenidos, estará ligada al grado de riqueza económica y cultural del conglomerado urbano.

TELEVISORAS FNM

Los estados fronterizos del norte cuentan con un mayor número de televi-
soras. En 1978, entre Baja California Norte, Coahuila y Chihuahua tenían
19 estaciones, con una penetración de 169,024, 59,791 y 130,630 tele-
hogares respectivamente. En cuanto a habitantes por emisora le corres-
pondía 247,844 a Baja California Norte, 289,608 a Coahuila y 278,396 a
Chihuahua. Lo cual contrasta con los 4'151,762 habitantes que tiene el
Estado de México por emisora, o el de 1'167,126 en Jalisco. 8/

Entre los Estados de Chihuahua, Sonora, Tamaulipas, Sinaloa, Nuevo
León, Baja California Norte, Veracruz, Jalisco, Guanajuato, Michoacán
y D.F. se tiene el 57% de la población; el 58.1% de las viviendas; el
66.1% del promedio de población urbana en estos estados, solo el DF
que tenía 96.6%. El 70% de las televisoras; el 75% de las radiodifuso-
ras; el 74.5% de los telehogares y el 62.7% de radiohogares. 9/

En 1967 telesistema de México inauguró sus 3 primeras estaciones en
ciudades capitales de estados del Norte y para principios de los 70 te-
nían ya 15 canales en operación en estados del Centro y Norte. Pero la
publicidad local era escasa y en virtud de la estructura centralizada
aquí los anunciantes regionales preferían tener su publicidad de origina-
da en la Cd. de México y entonces transmitida por una cadena nacional. 10/

8/ S.P.P. Escenarios Económicos 1981-1985. Cap. Medios de Comunicación
S.P.P. México. P. 767
9/ Arredondo Ramírez, Pablo. P. 134
10/ IBID. P. 134

Aunque cabe señalar que para entonces (1967) en las ciudades de la FNM ya existían 4 estaciones de televisión locales. Ciudad Juárez tuvo el primer canal ^{después} 4 años de instaurarse la T.V. en la Cd. de México, el mismo año en que Nogales introdujo el ^{primer} sistema de T.V - cable del país.

En 1963, 4 ciudades tenían su propia televisora y 3 más con taban con sistema de T.V por cable. ~~FNM~~ ^{Entonces entre las ciudades más importantes de la} solo Matamoros, Reynosa y Mexicali, no contaban con algún tipo de televisión, nacional en la localidad.

DISPONIBILIDAD DE LAS ESTACIONES DE RADIO Y TV EN LOS
ESTADOS FRONTERIZOS

TOTAL	NUMERO DE EMPRESAS								RADIOHOGARES			TELEHOGARES	
	AM	FM	OC	T.V.	1983	1987	1983	1987					
	COM.	CULT.	COM.	CULT.	COM.	CULT.	COM.	CULT.					
B.C:N:	48	26	13	1			8		262,968	300,597	186,880	213,621	
Coahuila	59	36	12				10		206,787	235,404	61,966	70,559	
Chihuahua	73	46	7		2		17		332,258	356,834	134,133	144,128	
Nuevo León	47	26	13	1	1		4	1	454,035	525,054	254,344	294,128	
Sonora	62	40	4		1	1	14	1	237,990	267,860	83,269	93,720	
Tamaulipas	67	41	12				14		345,324	384,157	132,492	147,391	

FUENTE: Directorio CIRE. 30 Set. 1983

EVOLUCION DE LA TELEVISION EN LA FNM

AÑO	TELEVISORA	CANAL	LOCALIDAD	AFILIADA A TELEVISIA
1954	XEJ-T.V.	5	Ciudad Juárez	SI
1958	XEFE-T.V.	2	Nuevo Laredo	SI
1960	XEWT-T.V.	12	Tijuana	SI
1963	XHS-T.V.	23	Ensenada	SI
1979	XHRIO-T.V.	2	Matamoros	SI
1980	XHIJ-T.V.	44	Ciudad Juárez	SI
S/F	XHBC-T.V.	3	Mexicali	SI
S/F	XHPN-T.V.	3	Piedras Negras	SI
S/F	S/Siglas	S/C.	Tijuana	?

Fuente: Libro de Medios Publicitarios 1986.

En el Estado de Baja California Norte: Mexicali, Ensenada, Tijuana y Tecate actualmente tienen el servicio de televisión. Todos ellos, salvo Tecate cuentan en su territorio con una emisora o repetidora VHF o UHF. Tecate sólo posee el servicio de televisión por cable. Aun así ^{esta ciudad} por su cercanía con Tijuana recibe señales UHF y VHF.*

También recibe las señales de San Diego, Estados Unidos. Tijuana tiene 2 televisoras locales y repetidoras de los canales 2 y 13 de la Ciudad de México. Ensenada recibe las señales UHF y VHF de San Diego. Ensenada tiene una televisora local y una repetidora del canal 2 de la Ciudad de México. Por su cercanía con Tijuana recibe la señal del canal 13 del D.F.

Mexicali, tiene una televisora local y repetidoras de los canales 13 y 2 de la Ciudad de México, también recibe la señal de 2 televisoras que transmiten desde Yuma y otra de California. Las 4 ciudades más importantes de B.C.N. tienen servicio de T.V. por cable, como se verá más adelante.

En Sonora, de los 9 municipios fronterizos, sólo 5 tienen al menos una repetidora de los canales de la Ciudad de México y sólo uno, Nogales, tiene sistema de T V-Cable.

San Luis Río Colorado, tiene dos repetidoras, una del canal 2 y otra del 13 de la capital de la República y por su cercanía ^{con} Mexi

*Las siglas VHF y UHF corresponden a Very High Frequency y Ultra High Frequency, respectivamente. La primera frecuencia abarca los canales que van del 2 al 13 y la segunda a los canales comprendidos entre el 14 y el 63.

cali, que es la ciudad en mayor influencia en esa pequeña región, re
cibe ^{la señal de} su canal local, así como los canales de la Ciudad de Yuma,
Estados Unidos. Puerto Peñasco tiene una repetidora del canal 13 de
la Ciudad de México. En el caso de Oborca, tiene una repetidora
del Canal 2 de la ciudad, con que también se cubre al

municipio aledaño de Altar

El municipio de Saric no tiene televisora alguna
ni repetidora en su territorio, pero recibe las seña-
les tanto de Nogales, Sonora, como de Nogales, Estados Unidos.

En su caso, Nogales, Sonora cuenta con repetidoras de los canales 2
y 7 de la Ciudad de México y el sistema de TV-Cable más antiguo
del país. Así también recibe las señales de Nogales, ^{y Tucson,} Arizona
Estados Unidos. Con las señales de Nogales, Sonora, ^{además} se cubren ^{los} mu
nicipios de Santa Cruz y Saric.

Por último, en el Estado de Sonora, sólo Agua Prieta cuenta con otra
repetidora, la cual pertenece al Canal 2 de la Ciudad de México, misma que
cubre el territorio de Naco en Sonora.

En el caso de Sonora el Canal 2 de Televisa México, es el
que tiene mayor presencia

En el Estado de Chihuahua de los 6 municipios solo Ciudad Juárez y Ojinaga poseen ^{al menos} una televisora^o/repetidora. La primera cuenta con 2 televisoras locales y repetidoras de los canales 2 y 13 del D.F.

así como las señales de 6 televisoras norteamericanas. También es posible que sus señales cubran los municipios de Praxidis Guerrero y Guadalupe Bravo, Chihuahua. Ojinaga solo cuenta con una repetidora del canal 13 de la Ciudad de México.

En el Estado de Coahuila, de los 7 municipios, solo Ciudad Jiménez Ciudad Acuña y Piedras Negras cuentan con televisora^s o repetidora^s. Ciudad Acuña tiene una repetidora del Canal 2 de la Ciudad de México, que cubre Jiménez y Ocampo, Coahuila; y Piedras Negras cuenta con una televisora local y repetidoras de los Canales 2 y 7 de la Ciudad de México. Sus señales en este caso cubren Jiménez, Nava y Guerrero, Coahuila.

En los casos de Acuña y Piedras Negras, reciben señales de Estados Unidos originados en San Antonio, Texas. Ciudad Jiménez cuenta con una repetidora del Canal 7 de la Ciudad de México. Ciudad Jiménez cubre a ciudades de Acuña con su repetidora.

En el único municipio que tiene Nuevo León en la frontera Norte: Anahuac no hay televisora alguna, aunque las señales provenientes de Nuevo Laredo cubren al igual que las señales originadas en las ciudades fronterizas de EU.

En Tamaulipas, de los 10 municipios sólo 4 tienen televisora en su territorio, aunque una de ellas, Ciudad Miguel Alemán posee exclusivamente TV-Cable. Nuevo Laredo posee una televisora local y repetidoras de los Canales 2, 7 y 13 de la Ciudad de México, así como la recepción de 6 canales proveniente de Estados Unidos.

La Ciudad de Reynosa tiene repetidoras de los Canales 2 y 13 de la Ciudad de México y un canal local que se transmite vfa TV-Cable. Sus señales abarcan a los municipios de Rfo Bravo y Gustavo Díaz Ordaz.

En el caso de Matamoros, existe una televisora local y repetidoras de los canales 2 y 7 de la Ciudad de México. Sus señales tienen influencia en el municipio de Valle Hermoso.

ESTACIONES VHF Y UHF EN LA FRONTERA

.FNM*

CIUDAD	ESTACIONES LOCALES	REPETIDORAS		D. F. 13	TOTAL
		2	7		
B. C. N.					
MEXICALI	1	1		1	3
ENSENADA	1	1			2
TIJUANA	2	1		1	4
SUBTOTAL	4	3	0	2	9
SONORA					
AGUA PRIETA		1			1
SAN LUIS RIO					
COLORADO		1		1	2
PUERTO PEÑASCO				1	1
NOGALES		1	1		2
CABORCA		1			1
SUBTOTAL	0	4	1	2	7
CHIHUAHUA					
CIUDAD JUAREZ	2	1		1	4
OJINAGA				1	1
SUBTOTAL	2	1	0	2	5

CIUDAD	ESTACIONES LOCALES	REPETIDORAS		D.F. 13	TOTAL
		2	7		
COAHUILA					
PIEDRAS NEGRAS	1	1	1		3
CIUDAD ACUÑA		1			1
CIUDAD JIMENEZ			1		1
SUBTOTAL	1	2	2	0	5
TAMULIPAS					
NUEVO LAREDO	1	1	1	1	4
REYNOSA		1		1	2
MATAMOROS	1	1	1		3
SUBTOTAL	2	3	2	2	9
TOTAL:	9	13	5	8	35

FUENTE: Catálogo de la TV Mexicana 1986 Jaime Manzano.

De las ciudades de la FNM las consideradas bajo la categoría de muy urbanas (Tijuana, Juárez, Nogales, Nuevo Laredo y Reynosa) poseen televisoras o repetidoras. De igual forma las urbanas (Mexicali, Ensenada, Acuña, Piedras Negras, San Luis Río Colorado y Matamoros). De las semiurbanas sólo Agua Prieta y Caborca tienen repetidoras, y las restantes (Tecate, Cananea y Río Bravo) no. Aunque Tecate tiene TV-Cable funcionando y las otras dos tenían este servicio en ^{proceso de} instalación en 1986. De las 14 ciudades consideradas como rurales, solo Ojinaga y Puerto Peñasco cuentan con repetidoras y Ciudad Miguel Alemán solo tiene TV-Cable. De las 9 Muy rurales, Jiménez cuenta con una sola repetidora, 11/

De las ciudades fronterizas 7 poseen al menos una televisión local y sólo dos tienen 2 televisoras propias (Tijuana y Ciudad Juárez). Podría considerarse la categoría de Muy urbana para establecer la correlación con televisoras locales, pero ello no es así, pues Nogales y Reynosa no las tienen; al menos en VHF y UHF. Por ello es importante, incluir el factor de tamaño de la población para determinar la existencia de la TV-Local. Nogales, a pesar de ser considerada como una población Muy urbana, tenía una población de 76,245 habitantes en 1985. 12/

En el caso de Reynosa a la que se le calculó para ese mismo año una población de 348,000 habitantes, tampoco tiene televisora local en las frecuencias UHF y VHF, aunque, sí en TV-Cable. Ello nos permite apoyar una variable determinante que es el tamaño del mercado televisivo.

Siendo la excepción Piedras Negras que cuenta con una población de 92,735 habitantes, donde influyen otros factores en la existencia de la TV Local. Los casos de Piedras Negras y Reynosa son las que se

11/ Nolasco, Margarita y María Luisa Acevedo. Los Niños de la Frontera. Ed. Oceano Méx. 1985. P. 26
Establece la clasificación de las ciudades en Muy urbano, Urbano, Semiurbano, Rural y Muy rural, basada en los Censos de Población citadas en "La Economía en Cifras. 1984. NAFINSA. México 1984.

12/ Población calculada para Nogales según NAFINSA en la Economía Mexicana en cifras. México 1984.

apartan de la regla. El resto de las ciudades que tienen televisoras locales poseen más de 200,000 habitantes y en el caso de Tijuana y Ciudad Juárez que tienen 2 televisoras locales, concentran cada una arriba de las 800,000 mil habitantes ellos ocupan el 4o. y 5o. lugar respectivamente, entre las ciudades más pobladas del país.

- De las 5 ciudades consideradas como Muy urbanas sólo 3 tienen televisoras locales en UHF o VHF y las 6 Urbanas, 4 tienen televisoras locales. Aunque el resto de ambas categorías, al menos posee una repetidora de algún canal de la Ciudad de México. Ello indica que el tipo de mercado y el tamaño del mismo influyen en la existencia de televisoras o repetidoras.

En cuanto al desarrollo de la televisión en la FNM sólo los que tienen más de 800 mil habitantes poseen 2 canales locales y arriba de 200 mil, uno, con la excepción de Piedras Negras. En relación a la instalación de repetidoras, las televisoras de la Ciudad de México generalmente las establecen en localidades con más de 20 mil habitantes. Sólo Camargo tiene una población menor y Valle Hermoso que cuenta con 51,485 habitantes no tiene repetidora, ya que no es necesario, pues la cercanía que tiene con Matamoros la suple.

TELEVISORAS DE LA FNM POR HABITANTE

	Número Televisoras *	Número Televisoras Locales *	Población	Habitante por Estación	Habitante por Estación Local
Tijuana	5	2	932,000	184,400	466,000
Nuevo Laredo	5	1	342,000	68,400	342,000
Ciudad Juárez	4	2	870,000	217,500	435,000
Mexicali	3	1	577,050	192,350	577,050
Matamoros	3	1	288,000	96,000	228,000
Piedras Negras	3	1	92,735	30,911	92,735
Reynosa	2		348,000	174,000	
Nogales	2		76,245	38,122	
Ensenada	2	1	213,141	106,570	213,141
San Luis Rfo					
Colorado	2		122,00	61,000	
Agua Prieta	1		41,256	41,256	
Puerto Peñazco	1		37,457	37,457	
Caborca	1		64,831	64,831	
Ojinaga	1		26,817	26,817	
Cd. Acuña	1		47,401	47,401	
Cd. Jiménez	1		8,722	8,722	
TOTALES:	32	9			

*FUENTE: Libro de medios audiovisuales. 3/86 México

CONTENIDOS DE LA PROGRAMACION

La cercanía de las ciudades fronterizas a los Estados Unidos de Norteamérica influye en sus sistemas de comunicación social. En materia de televisión se amplían la recepción de canales. La población

recibe las señales, de T.V., tanto en inglés como en español, provocando con ello el proceso de transculturización, en algunas capas de la población que es bilingüe.

La frontera norte, por su interrelación con un país extranjero y su lejanía del centro de México, se encuentra relativamente aislada, incluso entre una ciudad y otra de la misma frontera.

Las señales provenientes del extranjero amplían su auditorio con el televidente mexicano y para ello publican su programación en los periódicos fronterizos mexicanos. ^{13/}

En la frontera norte, ¹⁶ ciudades tienen televisoras propias o repetidoras. De ellas ⁷ tienen arriba de los 200,000 habitantes y ⁷ tienen televisoras locales. ^{en la misma frecuencia} De un total de ⁹ televisoras locales.

^{13/} Las cuatro ciudades analizadas son Mexicali, Cd. Juárez, Piedras Negras y Nuevo Laredo, según programación publicada en diarios locales.

Como puede apreciarse la televisión es un medio con influencia en la frontera, Esta es una zona altamente comunicada por los medios aunque éstos tienen gran influencia del exterior.

CANALES VHF Y UHF QUE SE RECIBEN EN LAS CIUDADES DE MEXICALI, CIUDAD JUÁREZ, PIEDRAS NEGRAS Y NUEVO LAREDO.

Ciudad	Total.	No. de canales		Local
		EN	DF	
Mexicali	6	3	2	1
Cd. Juárez	10	6	2	2
Piedras Negras	9	6	2	1
Nuevo Laredo	10	6	3	1

FUENTE; Programación publicada en diarios locales. Catálogos de la TV mexicana . Jaime Manzano 1987 y ~~TV~~ Yearbook 1986. USA.

Broadcasting

De las 4 ciudades en que se analizó la televisión se observó que todas tenían canales locales, extranjeros y del centro. 21 canales eran extranjeros; 9, del centro y 5, locales, afiliados a Televisa. La dependencia hacia el exterior es evidente en estas ciudades, así como a la capital del país.

En el caso de Ciudad Juárez, se reciben 10 canales, 6 de ellos del extranjero, 2 del centro y 2 locales. De estos últimos, uno transmite 15:30 horas diariamente. De éstas, 3.3 horas son producidas localmente, correspondiéndole 2 horas a noticieros, 5 a producciones ex-

tranjeras y 7 fueron elaboradas por Televisa . En cambio el otro ca
 nal local que transmite diariamente 15:30 horas 9 son
 de producción local y 6:30 horas de Televisa. De los canales del cen
 tro uno es de Televisa y otro de Imevisión. En cuanto a los canales
 extranjeros, están representados las tres grandes cadenas televisivas
 de los Estados Unidos: ABC, CBS y NBC. Además existe un canal
 dedicado a niños y adolescentes, otro
 independiente y uno cultural.*

En Cd. Juárez, se transmiten diariamente 137:30 horas de programa-
 ción televisiva. De ellas, 85.30 fueron producidas en el extranjero y
 (el resto de las horas fueron producidas en la Cd, de México.
 sólo 12 horas en Cd. Juárez. Este es un panorama desolador y mas
 aun al ver que esta ciudad es la cuarta más importante del país, dado
 su tamaño.

PROGRAMACION DE TELEVISION
 EN HRS. POR DIA 1/

	EU 2/	TELEVISA	IMEVISION	LOCAL	TOTAL
MEXICALI	46	19	15	1	81
Cd. Juárez	95:30	15:30	14:30	12	137:30
Piedras Negras	64:30	29:30	8	2	104
Nuevo Laredo	61:30	17	14:30	2:30	92

1/ Según programación publicada en los diarios locales.

2/ Programas elaborados en Estados Unidos difundidos tanto por televisio-
 ras norteamericanas como mexicanas.

* Para el análisis no se tomó en cuenta la programación del canal independiente
 y cultural norteamericanos por no contar con alguna muestra.

La televisión en Piedras Negras cuenta con 9 canales, de éstos 2 son del centro de México, uno de Televisa y otro de Imevisión, un canal local y 6 extranjeros de los cuales uno, el 41, transmite programación en español, pues se trata de una estación perteneciente a la cadena Televisiva Spanish International Network (SIN), filial de Televisa.

El caso del canal 41 es diferente, pues casi toda su programación proviene de Televisa. De sus 12 horas de transmisión, sólo una hora es local y el resto fue elaborada por Televisa, México.

De las 104 horas de transmisión que recibió Piedras Negras según la programación publicada en los periódicos locales, 64:30 horas fueron de producción extranjera, de éstas, 56 se transmitieron en inglés; 37:30 horas de produjeron en el centro del país; 29:30 por Televisa y 8 por Imevisión, de las horas producidas por Televisa, 11 fueron transmitidas por un canal de Norteamérica;

Sólo 2 horas se produjeron localmente, las cuales se dedicaron a noticieros. En Nuevo Laredo se captan 10 canales de televisión: 6 extranjeros, uno de Televisa, 2 de Imevisión, y uno local. Estas * tienen 92 horas diarias de transmisión.

61:30 horas fueron programas elaborados en los Estados Unidos; 50:30 horas transmitidas en inglés; 31:30 horas fueron producidas en el centro del país, de ellas 17 horas son de Televisa y 14.30 por Imevisión.

Sólo 2:30 horas fueron producidas localmente y correspondieron a la transmisión de un juego de beisbol.

*No se incluye la programación de 3 canales extranjeros en este análisis.

En Mexicali hay ⁶ canales de Televisión. Uno local ;

³ 3 extranjeros, un canal repetidor de la señal del canal 2 de Televisa y otro de la señal del canal 13 de Imevisión. Ahí se transmiten diariamente 81 horas de programación, de ellas 46 corresponden a programas de facturación extranjera de los cuales 35 horas se difunden en inglés. 34 horas fueron producidas en el centro del país, 15 por Imevisión y 19 por Televisa.

la programación local, como en gran parte de los casos corresponden a un noticiero.

Cabe resaltar que la oferta de señales norteamericanas tienen mayor cobertura aunque no siempre penetración. Aun así se considera que,

"La persistencia masiva de los grandes medios de comunicación de los Estados Unidos, en particular de las cadenas nacionales de televisión de ese país: CBS, NBC, ABC, SIN, Cablevisión, Galavisión, antenas parabólicas y estaciones televisoras de las ciudades vecinas que promueven patrones culturales y consumistas ajenos a los nuestros (existen lugares que reciben hasta ocho canales del vecino país y sólo una de México".

14/ Víctor Magdaleno. Advierte el Senado sobre fenómenos de transculturización en la frontera norte.

El Día. 11 de octubre de 1986. México.

PUBLICIDAD Y PROPAGANDA TELEVISIVA

En la propaganda y publicidad televisiva, las empresas locales y organismos civiles económicos y políticos, sólo tienen la opción de utilizar este medio en 7 ciudades fronterizas. En el resto de las ciudades por ser de cobertura nacional y estar centralizadas en la Ciudad de México, sólo transmiten la información de los sectores punta de la economía cuya distribución generalmente abarca a todo el país.

Para un productor prestador de servicios local en la FNM, sería muy costoso e inútil anunciarse por las grandes cadenas televisivas, por ello basan su publicidad en medios locales como la prensa y radio. Así también, quienes manejan campañas propagandísticas locales.

Las televisoras locales, mantienen una penetración inferior a las cadenas del centro, principalmente a la del Canal 2 de Televisa (XEW-TV).

Aun así, su función como promotora del desarrollo económico local es importante.

NOTICIAS LOCALES, NACIONALES E INTERNACIONALES

Debido al alto costo que representa para una televisora mantener su propia red de informantes en los lugares donde suceden las noticias, las televisoras locales mantienen una dependencia informativa tanto al centro del país, como al extranjero. En el primer punto, dependen de la información obtenida y enviada por agencias informativas, periódicos o estaciones televisivas con las cuales mantienen convenios; pues éstas, tienen una red de corresponsales en casi todo el país y en el principal centro que genera información: la Ciudad de México. Ahí es donde surgen las decisiones de importancia nacional, del sector Público Federal, cabezas de organizaciones empresariales, comerciales y financieras, así como las organizaciones mayoritarias de trabajadores, campesinos y clases medias.

En cuanto al plano internacional, las televisoras locales, dependen de la información proveniente de agencias noticiosas extranjeras y en una mínima parte de las agencias informativas, periódicos y televisoras de la Ciudad de México que tienen algunos corresponsales en el extranjero.

Las televisoras locales generalmente cubren la información enmanada en su región, la cual incluye la de las ciudades vecinas de Norteamérica. Como en la prensa y radio, destacan las noticias que más afectan a la zona: deuda externa, devaluación, inmigración, bracerismo, problemas locales, narcotráfico procesos electorales, etc.

PROGRAMAS DE OPINION

En cuanto a programas de opinión, los provenientes de los Estados Unidos sobre pasan en número a los locales y a los del Distrito Federal, destacando las pertenecientes a las 3 grandes cadenas norteamericanas (ABC, CBC y NBC). Aunque en cuanto a preferencia, el público de la FNM consume con mayor frecuencia los del Canal 2 de Televisa, cuya señal se genera en la Ciudad de México.

En materia informativa y de opinión la FNM manifiesta una gran dependencia. El centralismo nacional y la falta de desarrollo de la zona no le han permitido elaborar sus propios noticieros. Los programas de opinión locales, se encuentran limitados por su falta de recursos y por su acentuado regionalismo. Hasta el momento no han podido desarrollar una infraestructura informativa propia que les permita interpretar los sucesos noticiosos a nivel nacional e internacional de acuerdo a su idiosincracia. La dependencia hacia el centro del país y al exterior, convierten a su noticieros en programas restringidos. Lo cual contribuye a que los noticieros del centro posean una mayor penetración entre la población de la FNM.

En el caso de los noticieros norteamericanos, su influencia en el lado mexicano, se marca en parte de la población ^{una} muy restringida que domina inglés y tiene relaciones estrechas con los Estados Unidos.

Sólo el caso de la Cadena SIN, en Piedras Negras y Ciudad Juárez llega a tener un auditorio considerable. Sus noticieros llegan a ocupar el segundo lugar de preferencia en Ciudad Juárez, después del noticiero 24 horas de Televisa. ^{15/}

PROGRAMAS DE OPINION DE LAS TELEVISORAS -
LOCALES EN LA FRONTERA NORTE DE MEXICO (L-V)

CIUDAD	CANAL	NOMBRE DEL PROGRAMA	HORARIO
Piedras Negras			
Matamoros	2		
Ciudad Juárez	5	Noticiero Matutino	8:30 a 9:30
	5	Noticiero 2a. Edición	14:30 a 15:00
	5	Noticiero 3a. Edición	18:30 a 19:00
	44	Noticiero 44	14:30 a 15:00
	44	Contacto 44	21:00 a 22:00
Nuevo Laredo	2		
Mexicali	3	Notivisión	19:30 a 20:00
	3	Deportes en Punto	16:00 a 16:30
Tijuana	6		
	3		

FUENTE: Diarios locales 1986.

15/ Según encuesta IMEP. 1986 ^{el} Instituto Mexicano de Estudios Políticos realizó un sondeo de opinión en 13 ciudades de la República Mexicana, en la que parte se repitió el consumo de medios masivos de comunicación. En Tijuana seleccionaron 321 encuestados; en Nuevo Laredo 226; en Matamoros 226; en Cd. Juárez 214.

PROGRAMA DE OPINION EN LA FRONTERA NORTE DE MEXICO

PROCEDENTE DE LA CIUDAD DE MEXICO (L-V)

CANAL 2 (TELEVISA)	CANAL 7 (IMEVISION)	CANAL 13 (IMEVISION)
- Hoy Mismo 7:00 a 11:00	- Cortes Informativos (A partir de las 15:30 cada 30 m.)	- Desde Temprano
- 24 Horas de la Tarde 14:00 a 14:30	- Visión Informativa 21:55 a 22:00	- Primera Edición 14:00 a 15:30
- Mundo del Espectáculo 17:00 a 17:30	- Día a Día 22:00 a 23:00	- Monitor Financiero 14:30 a 15:00
- 24 Horas Informa 19:55 a 20:00	- La Entrevista de Hoy 23:00 a 23:15	- Primera Fila 15:00 a 15:30
- Ecomentarios 22:00 a 22:05	- Sobre el Terreno de Juego 23:15 a 23:45	- Siete Días 21:00 a 21:30
- 24 Horas 22:35 a 23:30		- Pulso Económico 21:30 a 21:35
		- Última Edición 23:50 a 24:20

CIUDAD	CANAL LOCAL	CANAL D.F.
Piedras Negras, Coah.	3	2
	6	7
Tijuana, B.C.N.	12/33	2
	?	13
Cd. Acuña, Coah.	34	2
Cd. Juárez, Chih.	13	13
	2/8	2
Nogales, Son.	2	7
	59	2
Matamoros, Tams.	7	2
	14	7

CIUDAD	CANAL LOCAL	CANAL D.F.
Nuevo Laredo	11	2
	7	7
	13	13
Reynosa	9	2
	12	13

FUENTES: Diarios locales. Nov. 1986

PROGRAMAS TELEVISIVOS NORTEAMERICANOS DE OPINION EN
LA FRONTERA NORTE DE MEXICO (EN INGLES L-V)

CIUDAD	CANAL	NOMBRE	HORARIO	PROCEDENCIA
Piedras Negras	5	Noticias CBS	15:30 a 16:00	San Antonio
	5	Noticias CBS	20:00 a 21:00	San Antonio
	7	Noticiero Inn	20:00 a 21:00	Eagle Pass
	7	Reportaje	18:00 a 19:00	Eagle Pass
	7	Reportaje	21:00 a 22:30	Eagle Pass
	4	Noticias CBS	16:00 a 17:30	San Antonio
	4	Noticias CBS	21:00 a 21:30	San Antonio
	12	Noticias ABC	16:00 a 17:00	San Antonio
	12	Noticias ABC	21:00 a 21 :30	San Antonio
Cd. Juárez	14	Noticias	32:00 a 23:30	El Paso
	4	Noticias CBS	6:00 a 8:00	El Paso
	4	Noticias CBS	17:00 a 18:30	El Paso
	4	Noticias CBS	22:00 a 22:30	El Paso
	7	Noticias ABC	6:00 a 7:00	El Paso
	7	Buenos Días América	7:00 a 9:00	El Paso
	7	Hora de Revista	9 :00 a 10:00	El Paso

CIUDAD	CANAL	NOMBRE	HORARIO	PROCEDENCIA
Cd. Juárez	7	Noticias ABC	17:30 a 18:30	El Paso
	7	Noticias ABC	22:00 a 22:30	El Paso
	9	Noticias NBC	5:30 a 8:30	El Paso
	9	Noticias NBC	17:30 a 18:30	El Paso
	9	Noticias NBC	22:00 a 22:30	El Paso
Mexicali	9	CBS Early Morniny News	5:30 a 8:00	Yuma
	9	Hour Magazine	8:00 a 9:00	Yuna
	9	CBS Evening News	17:30 a 18:00	Yuna
	9	News 9	18:00 a 18:30	Yuna
	9	News 9 Up Date	22:00 a 23:00	Yuna
	13	NBC News at Sunrise	6:30 a 7:00	Yuna
	13	13 Magazine	12:00 a 12:30	Yuna
	13	NBC News	17:30 a 18:00	Yuna
Nuevo Laredo	13	News Center 13	22:00 a 22:30	Yuna
	8	NBC News	17:30 a 18:00	Laredo
	8	News	20:30 a 22:00	Laredo
	13	CBS News	17:30 a 18:00	Laredo

CIUDAD	CANAL	NOMBRE	HORARIO	PROCEDENCIA
Nuevo Laredo	13	CBS News	22:00 a 22:30	Laredo
	27	Headline News	17:00 a 17:30	Laredo
	27	ABC News	17:00 a 18:00	Laredo
	27	News	22:00 a 22:30	Laredo

FUENTE: Diarios locales. Nov. 1986.

PROGRAMAS TELEVISIVOS NORTEAMERICANOS DE
OPINION EN LA FRONTERA NORTE DE MEXICO
(EN ESPAÑOL , L-V)

CIUDAD	CANAL	NOMBRE	HORARIO	PROCEDENCIA
PiedrasNegras	41	Noticias Sin.	15:30 a 16:00	San Antonio
	41	Noticias Sin.	20:30 a 21:00	San Antonio

FUENTES: Diarios locales. Nov. 1986.

En cuanto a la posición ideológica de los noticieros los canales 2 Telegrande, (XERT) de Reynosa y el 2 (XEFTV) de Nuevo Laredo son gobiernistas y tienen influencia ante la comunidad.^{16/} Aunque "cabe mencionar la penetración de las cadenas de televisión del sur de los Estados Unidos, los cuales usualmente presentan una visión deformada del panorama económico y político del país".^{17/} Tal manejo de la televisión norteamericana es generalizada.

^{16/} Carlos F. Salinas. Esquina del Poder. México 1986.

^{17/} IBID.

CONSUMO DE PROGRAMAS DE OPINION

Para la determinación del porcentaje de teleauditorio que tiene cada estación y de los programas de opinión de mayor influencia se utilizaron dos sondeos de opinión: Uno realizado por el Instituto Mexicano de Estudios Políticos en octubre y noviembre de 1986 y el realizado por el Comité Directo Estatal del PRI en el Estado de Tamaulipas en 1985, ^{18/} mismo que retoma Carlos F. Salinas en su libro Esquina del Poder.

CANALES DE MAYOR AUDITORIO EN MATAMOROS, TAMAULIPAS

CANAL	%
7 (2 de Televisa)	81
4 (Harlingen, Tex.)	5
2 (2 de Reynosa)	4
5 (Weslaco, Tex.)	4
23 (NBC, Mc Allen, Tex.)	4
Cable Sin.	2

FUENTE: CDE-PRI Tamaulipas. 1985.

^{18/} Cabe mencionar que la empresa INR A realizó en 1986, para fines comerciales, estudios de auditorio de televisión y radio en cuatro ciudades de la FNM (Matamoros, Nuevo Laredo, Cd. Juárez y Tijuana), las cuales no se consultaron, debido a su alto costo.

CANALES DE MAYOR AUDITORIO EN
NUEVO LAREDO, TAMAULIPAS

CANAL	%
11 (2 de Televisa)	61
2 (Local)	16
27 (ABC, Laredo, Tex)	9
8 (NBC, Laredo, Tex.)	7
13 (CBS, Laredo, Tex.)	7

FUENTE: CDE-PRI Tamaulipas. 1985.

En cuanto a otras ciudades se desconoce la cantidad de teleauditorio que cada estación televisiva posee. Aunque es de presuponerse que el Canal 2 de Televisa, por mucho posee el mayor índice de expectadores. Pues los sondeos de opinión realizados por el IMEP en cuatro ciudades fronterizas destacan a los programas de opinión de Televisa como los más importantes.

En las cuatro ciudades (Matamoros, Nuevo Laredo, Cd. Juárez y Tijuana) donde el IMEP realizó su sondeo de opinión, se encontró que entre los 10 programas de mayor auditorio, 6 eran de Televisa, 3 locales y uno norteamericano. Siendo el noticiero 24 horas el de mayor auditorio. Sólo en el caso de Ciudad Juárez, Chihuahua, un noticiero estadounidense, que pertenece a la cadena Spanish International Network (SIN) ocupó un segundo lugar, doblando el auditorio del programa que lo seguía en auditorio.

Los 3 programas locales que alcanzaron auditorios altos, transmitían sus señales en Tijuana. El resto de las televisoras locales de la FNM no alcanzan auditorios sobresalientes, con lo que es de suponerse que la influencia de sus noticieros en la opinión pública local es muy limitada.

Los noticieros de Televisa 24 horas y Hoy Mismo son los de mayor influencia en la FNM. Los noticieros de Imevisión carecen de gran influencia en la opinión local.

De igual manera, los noticieros norteamericanos, según resultados de la encuesta IMEP salvo el caso de la estación SIN en Ciudad Juárez, tienen una penetración restringida.

De los 10 programas informativos más vistos, los 6 son noticieros y 4 programas de opinión (Reportajes, editoriales y entrevistas). De

TELEAUDITORIO DE PROGRAMAS DE
OPINION SEGUN ENCUESTA DE IMEP

PROGRAMA	NUMERO DE PREFERENCIAS	ORIGEN DE LA SEÑAL
24 Horas	647	D. F.
Hoy Mismo	230	D. F.
60 Minutos	163	D. F.
Noticiero Sin.	121	El Paso-EU
Para Gente Grande	117	D. F.
En Síntesis	64	Tijuana
Noticiero Actualidades	59	Tijuana
Primer Día	18	Tijuana
El Mundo del Dinero	14	D. F.
Contrapunto	11	D. F.
En Vivo	10	D. F.
NBC News	10	E. U.
Otros*	95	

* Son 32 Programas con menos de 10 selecciones.

FUENTE: Encuesta IMEP. Nov. 1986.

éstos últimos destacan 60 Minutos y Para Gente Grande, en ese orden. De cualquier forma 4 noticieros dos de Televisa y 2 locales de Tijuana poseen la mayor parte del auditorio.

El total de respuestas (1557), el 78.22% respondieron ^{ver} programas de Televisa, 9.82% locales, 10.91% extranjeros, y 0.96% de Imevisión.

Es necesario aclarar que cuando se realizó la encuesta de IMEP, Televisa se encontraba en proceso de reestructuración programática, lo cual hipotéticamente se puede decir que no afectó la tendencia de influencias. A partir del primero de enero de 1987, el programa 24 Horas fue sustituido por Nuestro Mundo, dirigido por Guillermo Ochoa, quien era titular del noticiero Hoy Mismo. Ahora en la primera corrección de estilo, Televisa anuncia el retorno de Jacobo Zabludovsky.^{19/}

A nivel general, el noticiero 24 horas, tenía el 41.55% de la audiencia en las 4 ciudades y el noticiero Hoy Mismo 14.77%.

De los noticieros locales, 24 Horas en Tijuana ocupan 34.88% de las preferencias en Ciudad Juárez 35.60%, en Laredo 50.96% y en Matamoros 53.69%.

^{19/}Los datos para esta investigación se recolectaron durante 1986. A partir de entonces se han realizado modificaciones en la programación: desaparición y reaparición del noticiero 24Horas, la creación del noticiero Muchas noticias y Nuestro Mundo así como la versión mexicana del programa Mundo Latino.

PENETRACION DE LOS PROGRAMAS DE OPINION EN
LAS 4 CIUDADES POR SU PROCEDENCIA *

	PORCENTAJE	CANTIDAD DE SELECCIONES
TELEVISA	78.22	1218
EXTRANJEROS	10.91	170
LOCALES	9.82	154
IMEVISION	0.96	15
T O T A L :	99.91	1557

*FUENTE: Encuesta DEEP. Nov. 1986.

Tan sólo los ⁴programas de Televisa que poseen los índices de auditorio más altos en las 4 ciudades, lograron captar el 74.30% de la atención, lo cual nos hace reconocer la importancia de éstos en la formación de la opinión pública. De éstos, dos son noticieros (24 Horas y Hoy Mismo) y el resto programas de opinión (60 Minutos y Para Gente Grande).

Los dos noticieros de Televisa atraen la atención del 55.87% de los telespectadores.

Los noticieros más importantes en la FNM son los de Televisa, aunque de la cadena SIN, llega a ocupar un lugar relevante, alcanza el en Ciudad Juárez, el noticiero 28.53% de la población. Cabe señalar que la cadena SIN es una filial de Televisa, en el vecino país del norte.

En Tijuana se da el otro caso, donde las Televisoras locales tienen un importante grado de influencia. Los Noticieros en Síntesis y Actualidades ocupan el 19.51% de la atención televidente. En total los noticieros locales llegan a tener en Tijuana un auditorio del 23.48%, representándole ahí un segundo lugar liderado por Televisa.

La televisión en la FNM es el medio comunicativo de mayor influencia, debido a sus horarios de transmisión, baja inversión del usuario, manejo de la información y la superioridad del medio televisivo en cuanto a las condiciones en que es consumido. Aún así, entre los entrevistados por IMEP, hubo quienes no utilizaban la televisión para mantenerse informados, siendo Matamoros la que obtuvo el porcentaje mayor, que fue de 34.51 de personas que no se informan por ese medio.

PORCENTAJE DE ENTREVISTADOS QUE NO UTILIZA
LA TELEVISION COMO MEDIO DE INFORMACION

CIUDAD	%
TIJUANA	20.87
NUEVO LAREDO	19.91
MATAMOROS	34.51
CD. JUAREZ	24.29

FUENTE: Encuesta IMEP. Nov. 1986

Por otro lado, quienes utilizan la televisión como medio informativo es superior, dándose el caso de personas que consumen más de un programa de opinión. En este sentido, la mayor parte de los televidentes, que consumen este tipo de programas, ven uno o dos noticieros o programas de opinión, siendo el total de auditorio el 68.1 por ciento.

PREFERENCIAS DE PROGRAMAS DE OPINION TELEVISIVOS
(SELECCIONES)

CIUDADES	SELECCIONES						TOTAL
	0	1	2	3	4	5	
TIJUANA	67	68	123	45	18	1	321
MATAMOROS	45	87	72	17	5		226
Nuevo LAREDO	78	74	51	22	1		226
CD. JUAREZ	52	86	50	18	6	2	214
TOTALES:	242	315	296	102	30	3	897

FUENTE: Encuesta IMEP. Nov. 1986.

PORCENTAJE DE ENTREVISTADOS QUE VEN UNO
O DOS PROGRAMAS DE OPINION TELEVISIVOS

CIUDAD	No.	%
TIJUANA	191	59.5
MATAMOROS	159	70.3
NUEVO LAREDO	125	55.3
CIUDAD JUAREZ	136	63.5
TOTALES	611	68.1

FUENTE: Encuesta IMEP. Nov. 1986.

PORCENTAJE DE ENTREVISTADOS QUE VEN TRES
O MAS PROGRAMAS DE OPINION TELEVISIVOS

CIUDAD	No.	%
TIJUANA	64	19.9
MATAMOROS	22	9.7
NUEVO LAREDO	23	10.2
CD. JUAREZ	26	12.1
TOTALES:	135	15.1

FUENTE: Encuesta IMEP. Nov. 1986.

TELEVISION POR SATELITE

El consumo de televisión cuya señal proviene de los satélites geoestacionarios en el Ecuador sobre el Continente Americano, han tenido un desarrollo importante en la frontera norte, debido a la cercanía con los Estados Unidos y las facilidades arancelarias en la importación de productos norteamericanos.

Son 23 satélites localizados en la órbita ecuatorial, de los cuales 21 son norteamericanos y dos mexicanos. Estos satélites dirigen sus señales principalmente a Norteamérica, con excepción de los mexicanos.

De los satélites de México, uno aún no tiene su video activo, razón por la que no transmite señales de televisión, el otro, denominado Morelos 1, difunde 4 canales: el 2, XEW, el 7, XHIMT y el 13, ^{XHDF} de la Ciudad de México y el XETV de Tijuana.

De la señal del sistema de satélites, mexicano, se produce el esquema centralizador y sus señales repiten las señales de los canales que dominan el aspecto televisivo del país.

Con los satélites que transmiten señales de televisión, los habitantes de la zona fronteriza norte del país tienen la opción de captar más de 125 canales diferentes en su televisor, correspondiéndoles sólo 4 a las señales originadas en México.

El uso de antenas parabólicas exige de sus poseedores una erogación superior la cual va de los mil a 5 mil dólares. Ello presupone una pertenencia a un estrato social alto por parte de los usuarios.

TELEVISION POR CABLE

La televisión por cable en la frontera norte de México ha tenido un notable desarrollo. Todas las ciudades importantes salvo el caso de Ciudad Juárez, Chihuahua, ^{20/} poseen un sistema propio.

La TV por Cable se integra en México casi simultáneamente que la TV por aire. En el año de 1954 (a sólo 4 años de la aparición de la TV. en México) inicia sus operaciones en la Ciudad de Nogales, Son. siendo el primer sistema por cable instalado en el país. En 1963 se autorizaba la operación comercial del sistema en la Ciudad de Piedras Negras, Coah. y un año más tarde en Ciudad Acuña, Coahuila y Monterrey, Nuevo León. Los primeros sistemas instalados en México fueron también pioneros a nivel mundial. La comercialización de éstos servicios básicamente obedeció a las necesidades de información de norteamericanos residenten en el país. ^{21/}

La característica ^{notable} ^{más} de la TV. por Cable en esta zona es la predominancia de los canales norteamericanos, sobre todo los que tienen el origen de su señal en ciudades aledañas, estrechando aún más la relación

20 / Según la Cámara Nacional de la Industria de la Televisión por Cable, Cd. Juárez, para julio de 1986 se encuentra tramitado su sis tema por cable.

21/ Escenarios Económicos de México 1981-1985: Cap. Medios de Comu nicaciones. S.P.P. 1985.

entre ambos lados de la frontera. Asi vemos que en Nogales, Son., recibe señales de Nogales, Tucson y Phoenix, Arizona; Tijuana, BCN., de San Diego y los Angeles, California; y Nuevo Laredo Tamaulipas de San Antonio, etc.

Fuera de los Estados del Norte (BCN., Son., Sin., Coah., Chih., Nuevo León, Tamaulipas) solo Cancún, en Quintana Roo; Acapulco en Guerrero; Zitácuaro, Mich., y el Distrito Federal, transmiten señales en inglés. Aunque solo el Distrito Federal de canales de ciudades fronterizas de Estados Unidos, los demás recibe su señal de satélites norteamericanos. En el resto del país, los sistemas por cable, difunden las señales de canales del Distrito Federal primordialmente. Aunque el canal 4 y 6 de Guadalajara, también tiene gran influencia en este sistema.

En la frontera norte del país, los sistemas de televisión por Cable difunden en menor proporción las señales del Distrito Federal.

*

TV-CABLE EN LA FRONTERA NORTE DE MEXICO

ORIGEN DE LA SEÑAL

	Canales	E.U.	Local	D. Televisa 2 - 5	F. Imevisión 7 - 13	Tijuana	Reynosa	Monterre
Tecate	7	5				2		
Mexicali	10	8	1	1				
Ensenada	6	5		1				
Tijuana	16	14	1	1				
Nogales	11	9		1	1			
Piedras Negras	6	3	1	1	1			
Ciudad Acuña	10	5	2	1	1 1			
Nuevo Laredo	4	3		1				
Reynosa	5		1	1 1	1 1			
Matamoros	5	4	1					
Cd. Miguel A.	6		1	1 1	1		1	1
T O T A L :	86	56	8	8 2	3 4	2	1	1

Fuente: Jaime Manzano. Catálogo de la Televisión en México. 1987. Datos tomados de La Cámara de la Industria de Televisión por Cable. 1986.

TV-CABLE PARA 1987 *

	EN INSTALACION	EN TRAMITE
Agua Prieta, Son.		X
Cananea, Son.	X	
Cd. Juárez, Chih.		X
Río Bravo, Tamps.	X	X

*Fuente: Cámara de la Industria de Televisión por Cable. 1986.

En el sistema de TV por cable en la FN tiene 54,513 suscriptos, el cual cada uno corresponde a un hogar. Si tomamos en cuenta la existencia promedio de 5 personas por hogar, vemos que este sistema de televisión abarca un total de 272,565 habitantes, es decir, el 9.00 por ciento de la población fronteriza. 22/

En cuanto al tipo de ciudad, casi todas las consideradas como Muy Urbanas tienen sistema de TV. cable. Ciudad Juárez es la excepción, aunque en 1986 ya había comenzado los trámites para tener un sistema

22/ Se tomó como base 3'000,000 habitantes en las ciudades fronterizas.

propio. De éstas solo Reynosa y Tijuana tenían un canal local en su sistema. El de Tijuana, repetía la señales de los canales que transmitían en VHF y el de Reynosa era exclusivo para el sistema.

De las ciudades consideradas como Urbanas, solo San Luis Río Colorado no tenía sistema de TV. por cable. De las que tenían el sistema, solo Ensenada no tiene canal propio. Un caso aparte lo establece Ciudad Miguel Alemán, la cual es considerada como rural. Esta tiene un sistema de TV por cable que al igual que Reynosa, no transmite un solo canal norteamericano. Mientras Reynosa difunde los canales 2, 5, 7 y 13 de la Ciudad de México y uno local, Ciudad Miguel Alemán, es más regionalista, cuenta con un canal propio de TV cable; los canales 2, 5 y 13 de la Ciudad de México; el de Reynosa, dado su cercanía; y uno de Monterrey, pues después de Ciudad Mier, es la ciudad más próxima a la capital de Nuevo León.

POBLACION CUBIERTA CON TV-CABLE EN LA FNM

	Hogares Suscritos a TV-Cable *	Población Estimada cubierta por TV-Cable	Habitantes	Porcentaje de la Población cubierta por TV-Cable
Piedras Negras, Coah.	9,791	48,955	92,735	52.79
Ensenada, BCN.	7,765	38,825	213,144	18.2
Reynosa, Tamps.	6,500	32,500	348,000	9.33
Tijuana, BCN.	5,800	29,120	932,000	3.12
Matamoros, Tamps.	5,700	28,500	288,000	9.89
Nogales, Son.	4,528	22,640	76,245	29.69
Cd. Acuña, Coah.	4,000	20,000	47,401	42.19
Mexicali, BCN.	3,759	18,795	552,000	3.4
Cd. Miguel A. Tamps.	3,039	15,195	20,286	74.9
Tecate, BCN.	2,007	10,035	38,786	25.87
Nuevo Laredo, Tamps.	1,600	8,000	342,000	2.33
T O T A L :	54,489	272,445	2950,594	9.23

* FUENTE: Cámara de la Industria de la TV por Cable. 1986.

Como puede verse en las ciudades de mayor crecimiento, el porcentaje de usuarios de TV-Cable es menor. La migración a ellas y la cercanía con Estados Unidos muchas veces no hace conveniente el sistema. Es de suponerse que las clases medias altas y altas del lugar son las

que contratan el servicio de TV por cable, la cual tiene sus líneas en ciertos sectores de la ciudad de mayores ingresos donde asegura la suscripción.

Las ciudades medianas son las que encuentran mayor porcentaje de usuarios, ya que el crecimiento de éstas no es tan notable como los de los principales centros de atracción de migrantes.

El Sistema de TV por Cable, en cuanto a su uso, está relacionado con extractos sociales. Al exigir un precio por suscripción y al transmitir generalmente canales norteamericanos exigen de los usuarios, cierto poder adquisitivo y un dominio del idioma inglés. Por lo que es de suponer que esta porción de la población mantiene una estrecha relación con el país del norte, lo que hace que sus necesidades culturales tiendan a aceptar el modelo norteamericano.

Entre las ciudades que tienen el Sistema de TV-Cable es importante destacar que las que poseen una población menor a los 100 mil habitantes tienen ^{un mayor} porcentaje de población cubierta por el sistema.

PORCENTAJE DE USUARIOS DE TV CABLE EN CIUDADES
CON MENOS DE 100 MIL HABITANTES

	HABITANTES	USUARIOS DE TV-CABLE
Cd. Miguel Alemán	20,286	74.9
Piedras Negras	92,735	52.79
Cd. Acuña	47,401	42.19
Nogales	76,245	29.69
Tecate	38,786	25.87
T O T A L :	275,453	42.41

La población con mayor porcentaje de usuarios es Cd. Miguel Alemán, la cual es abarcada por las señales televisivas provenientes de E.U., pero al ser esta una población rural, requiere básicamente para su consumo programación es español, pues su intercambio con el otro lado de la Frontera, no es tan intenso como las ciudades aledañas: Nuevo Laredo y Reynosa. Por lo tanto sus necesidades culturales están orientadas hacia el país. Por esa razón, su sistema de TV-Cable no incluye ninguna señal de norteamérica y sí, las provenientes del centro del país y de las ciudades que tienen mayor influencia en la región: Monterrey y Reynosa.

Piedras Negras, Cd. Acuña y Nogales, tienen los sistemas de TV-Cable más antiguos del país. El aislamiento en que en un principio se en

contraban, creó la necesidad de importar las señales de E.U. Después de 1963 cuando el estado comenzó a integrar su red de microondas, ^{la} provincia ^{mexicana} pudo contar con una señal que en éstos casos fue del Canal 2 de Telesistema Mexicano. No fue sino hasta finales de la década pasada cuando otras señales televisivas del Centro del país ampliaron su cobertura.

USUARIOS DE TV-CABLE EN CIUDADES DE MAS DE 200 MIL HABITANTES

	HABITANTES	PORCENTAJE DE USUARIOS
Nuevo Laredo	342,000	2.33
Tijuana	932,000	3.12
Mexicali	552,000	3.4
Reynosa	348,000	9.33
Matamoros	288,000	9.89
Ensenada	213,141	18.2
T O T A L :	2'675,141	5.82

Descontando la presencia del sistema de TV-Cable de Nuevo Laredo, el cual está fuera de proporción en relación con el resto de las ciudades, tal vez ocasionado por lo reciente de su sistema se puede establecer la tendencia de que a mayor tamaño de la población, menor el porcentaje

de usuarios que tienen los sistemas. Razón, explicable, debido que cada una de las ciudades tienen del otro lado de la frontera una ciudad similar o mayor en tamaño. Ciudades que transmiten sus señales televisivas vía VHF UHF, las cuales pueden ser captadas sin necesidad de algún aditamento especial. También, es probable que la diferencia ción económica de la población no permite que la red del sistema de TV-Cable se amplíe. La creciente migración a las ciudades más importantes de la FNM, genera desequilibrios urbanos y no permite la satisfacción de todos los servicios públicos que se requieren, entre ellos, el de TV-Cable. Esta causa, también interviene en el poco desarrollo de la red de TV-Cable.

En relación con el teléfono, el sistema de TV-Cable en ciudades como Tecáte y Ensenada, BCN, tiene más suscriptores. En otras ciudades como Piedras Negras y Cd. Acuña en Coahuila y Cd. Miguel Alemán en Tamaulipas guarda una relación superior al 60 por ciento. Pero en el resto la superioridad del tendido telefónico es evidente.

RELACION ENTRE USUARIOS DE TV CABLE Y
TELEFONOS 1986

	SUSCRIPTORES TV CABLE	PORCENTAJE DE USUARIOS DE TV CABLE EN RELACION A LOS DE TELEFONOS.	NUMEROS DE TELEFONOS*
Tecate	2,007	189	1,060
Ensenada	7,765	106	7,303
Cd. Miguel A.	3,039	74	4,101
Piedras Negras	9,791	67	14,553
Cd. Acuña	4,000	62	6,450
Nogales	4,528	33	13,696
Reynosa	6,500	17	36,962
Mexicali	3,59	17	21,013
Matamoros	5,700	13	42,234
Tijuana	5,800	7	77,806
Nuevo Laredo	1,600	3	46,411
Cd. Juárez	0	0	82,860

*Fuente : SCT. Estadística de Telecomunicaciones 1976-1980. Abril 1982, México. Se calculó los datos para 1986 en base a la proyección de desarrollo que mantuvo el sistema de teléfonos de cada ciudad entre los años 1976-1980.

El desarrollo del Sistema de TV-Cable presupone la existencia de una red telefónica instalada en la ciudad. Los casos de Tecate y Ensenada donde el Sistema de TV-Cable tiene mayor cobertura que la red telefónica, ^{es probable que} se debe ~~fallar~~ en las estadísticas presentadas. Aún así la proporción que mantiene la relación entre ambos sistemas debe ser alta, casi uno a uno. En el caso de Tecate por su poco crecimiento y el de Ensenada es probable que se dé por el aumento de casas ^s de veraneo ocupadas por norteamericanos. En el caso de Ciudad Miguel Alemán la red telefónica abarca en la mayor parte de la población, la cual a pesar de ser considerada como rural, es el caso de excepción, al estar dotada por casi todos los servicios comunicativos. Por último Ciudad Acuña, que al igual que los anteriores tiene menos de 10 mil líneas telefónicas, mantiene una relación amplia entre TV-Cable y teléfonos.

La única población que tiene una relación alta y ^{menos} de 10 mil teléfonos es Piedras Negras. Con una relación media o sea el 33% la tiene Nogales, donde ya se pueda definir al usuario de TV-Cable como clase media y alta el cual es abarcado por la empresa local por vivir en específicas zonas de la ciudad. Cabe recordar que las últimas 3 ciudades mencionadas tienen los sistemas por cable más antiguos del país, con más de 24 años de operación.

El resto de las ciudades posee arriba de los 20 mil números telefónicos, y la proporción que mantiene con los suscriptores de TV-Cable disminuye, y en todos los casos es menos al 20 por ciento.

Cabe agregar que todas las ciudades que cuentan con más de 10 mil números telefónicos poseen Sistema de TV-Cable. Todo ello indica que las ciudades que son menores en población, mantienen un nivel alto de vida y tienen poca inmigración, ofrecen a sus habitantes servicios tanto de teléfonos como TV-Cable en una cantidad similar. La oferta de estos no se encuentra tan polarizada como en las grandes ciudades que son cabeceras en las zonas donde se localizan.

COMENTARIOS SOBRE LA TELEVISION EN LA FNM

El consumo de la televisión se encuentra estratificado siendo la no posesión del aparato de televisión el más bajo y así de manera ascendente la posesión de un televisor que solo sintonice VHF en blanco y negro, un televisor en color con sintonías VHF, un televisor en color con sintonía VHF y UHF, TV- por Cable y por último Antena Parabólica.

Así también, a parte de que la posesión del aparato está relacionada con el poder adquisitivo de los usuarios existen factores sociales que también influyen en la disponibilidad de canales, entre los que se encuentra la riqueza y desarrollo de la ciudad o zona, su tamaño, etc. lo cual determinara la existencia de un sistema por TV-Cable, la existencia de repetidoras de Televisión y la existencia de canales locales.

En la FNM, 11 ciudades tienen Sistema de TV-Cable, el cual sólo cubre el 9.23 por ciento de su población. Así también 16 ciudades tienen al

o UHF
menos un canal repetidor de televisión en señales VHF. En total 18 ciudades tienen en su territorio al menos un canal de televisión, el resto en ocasiones tiene probabilidades de recibir las señales de alguna ciudad vecina mexicana o de los Estados Unidos. En sí, se puede considerar que 19 ciudades no poseen un canal televisivo en su territorio.

Estas ciudades, generalmente son las consideradas como Rurales o MuyRurales, con poblaciones menores a los 20,000 habitantes.

En cuanto a la formación de la opinión pública, el Canal 2 de Televisa tiene presencia en 13 de las ciudades que poseen señales en VHF o UHF; el canal 7 de Imevisión abarca 5 ciudades y el Canal 13 de la misma cadena 8. En total Imevisión abarca 12 ciudades fronterizas.

3 ciudades (Ensenada, Agua Prieta, Caborca y Ciudad Acuña), sólo poseen la señal del Canal 2 de Televisa, lo cual significa que es una versión de los hechos noticiosos y su interpretación, las que predomina.

En el caso de Imevisión, ésta monopoliza las ciudades de Puerto Peñasco, Ojinaga y Ciudad Jiménez. A parte de las ciudades mencionadas, las que sólo poseen canales del centro y por lo tanto una dependencia informática de la Ciudad de México son San Luis Río Colorado, Nogales y Reynosa. De esta forma 9 ciudades de 16, aún no ven en la Televisión un medio comunicativo que se aboque a difundir mensajes de interés local.

7 Ciudades son los que poseen canales propios en VHF o VHF, lo cual representa un importante avance. De éstas sólo una, la de Tijuana tiene influencia regional e incluso con potencialidades a nivel nacional e internacional, pues su señal es distribuida por el sistema de Satélites Morelos.

En cuanto al Sistema de TV-Cable, Reynosa también posee un canal propio, mismo que abarca a Ciudad Miguel Alemán. De señales Televisivas provenientes de ciudades fuera de la FNM y de la Ciudad de México, sólo una, Monterrey llega a una población de la Frontera (Ciudad Miguel Alemán).

En cuanto a disponibilidad de medios televisivos, la FNM en su mayoría depende de la Ciudad de México. La dependencia comunicativa de las medianas y pequeñas poblaciones, las convierten en fácil presa del fenómeno de transculturización. El aislamiento en que viven no permiten reforzar su identidad nacional y conciencia local, dejándolos como poblaciones desintegradas al proceso nacional.

Aún así, los sondeos de opinión realizados por IMEP en 4 ciudades fronterizas, muestran la su premacía del Canal 2 de Televisa en cuanto a proveedor de información. Aún por encima de las televisoras locales. Sólo en el caso de Tijuana, los medios informativos de los canales locales tuvieron una alta representatividad, aunque de igual manera menor que los de Televisa.

Tal circunstancia es probable que lo ocasione los recursos con que cuentan las televisoras., Siendo Televisa la que los tiene en mayor cuantía. Por otro lado, la experiencia y antigüedad del canal proveniente de la Ciudad de México es más grande.

CINE Y SALAS CINEMATICAS

En cuanto al cine en la frontera norte, se analizaron 5 ciudades. La programación cinematográfica se extrajo de los diarios del lugar.

En Cd. Juárez se detectaron 19 salas de cine; 5 en Piedras Negras; 3 en Matamoros, 7 en Nuevo Laredo y 12 en Tijuana. En total en esas 5 ciudades se publicitaron un total de 46 salas. En ellas se exhibieron 87 películas, de las cuales 59 eran norteamericanas, 23 mexicana, 4 italianas y una japonesa.

	CINE EN LA FRONTERA		ORIGEN DE PELICULAS			
	No.de Salas	Total de Películas	MEX.	E.U.	ITA.	JAP.
Cd. Juárez	19	38	10	25	2	1
Piedras Negras	5	10	2	8	-	-
Matamoros	10	15	5	10	-	-
Nuevo Laredo	7	14	6	6	2	-
Tijuana	13	20	5	15	-	-

FUENTE: Diarios Locales. Nov. 1986.

23/

Víctor Magdaleno 31 Oct. 86. El Día.

Norma Iglesias, Investigadora del Colegio Frontera Norte. Ponencia presentada en el Coloquio Frontera México. Estados Unidos: Chicanos Pachecos, Cholos. 30 de Oct. 1986., Tijuana, México (T) P.25.

"El cine fronterizo no ha sido un producto hecho en la frontera ni por fronterizos, por lo tanto hablar del género es hablar de un cine para y no del fronterizo, en lo que a producción nacional se refiere"

"Al hacer una revisión detallada de la producción cinematográfica mexicana sobre la frontera norte, encontramos que hasta noviembre de 1984 se habían realizado por lo menos 172 largometrajes sobre el tema" 23/1

El cine es como sala de exhibición un medio que no requiere de tanta inversión como los otros medios comunicativos, pero si exigen de la población mayor esfuerzo y erogaciones. El público tiene que desplazarse; hasta la sala cinematográfica para ver una película y tiene que pagar más por verla, que si se comprara un periódico. Aún así, existe una cobertura amplia de salas cinematográficas en la FNM. La cantidad de salas por ciudad es menor, que las estaciones de radio, en las poblaciones grandes, en las medias tiene casi el mismo número, y en las pequeñas en ocasiones existen más salas que estaciones de radio. Cabe resaltar, que en muchas pequeñas ciudades, donde no hay TV propia, sistema de TV-Cable, Radio o periódico, la sala cinematográfica es el único espacio de comunicación masiva.

El cine al menos encuentra salas de proyección establecidos en 29 poblaciones de la FNM. Aunque es casi seguro que en pequeños pobla

dos se habiliten salones destinados a usos múltiples como sala de cine. En estos casos la periodicidad de proyección no es diaria.

SALAS CINEMATOGRAFICAS POR CIUDAD

CANTIDAD	LOCALIDAD	CANTIDAD	LOCALIDAD
19	Ciudad Juárez	2	Río Bravo
13	Tijuana	2	Caborca
10	Matamoros	2	Puerto Peñasco
10	Mexicali	2	Cd. Acuña.
7	Ensenada	2	Ojinaga
7	Reynosa	1	Tecate
7	Nuevo Laredo	1	Ascención
5	Nogales	1	Praxedis Guerrero
4	Cd.Miguel Alemán	1	Sonoita
5	Piedras Negras	1	Altar
3	San Luis Río Colorado	1	Agua Prieta
3	Valle Hermoso	1	Cananea
2	Ciudad Mier	1	Ciudad Anahuac
2	Gustavo Díaz Ordaz	1	Camargo
FUENTE:	Libro de Medi ^{OS} Audiovisuales, 1986	1	Nueva Cd.Guerrero

El lugar mas descuidado en materia de medios masivos de comunicacion es el Municipio de Anahuac perteneciente al Estado de Nuevo Leon. Esta zona sólo cuenta con una sola cinematográfica propia

Aún cuando en apariencia existen una. "Refiriéndonos al cine en (Baja California) hacemos notas que los habitantes del medio rural, en el caso que deseen ver una película, tienen la necesidad de trasladarse hasta la ciudad más cercana, salvo que visite su lugar de origen uno de los raros cines ambulantes. Además se aprecia en las carteleras cinematográficas la total carencia de películas con contenido cultural." ^{24/}

^{24/} Cital, Alfonso. Foro de Consulta Popular: Comunicación Social Baja California: Medios de Comunicación masiva y Educación. Secretaría de Gobernación. México 1983, P. 107.

LA RADIO

La radio es el medio comunicativo de mayor penetración en la FNM.

Mientras 16 ciudades tienen estaciones repetidoras de televisión, aunque de ellas sólo 7 tienen canal local y 13, prensa; 22 ciudades de las

39 fronterizas tienen en su localidad una radiodifusora. Este medio es

el que más ha proliferado debido a sus ^{bajos} costos de inversión

y mantenimiento en relación con otros medios comunicativos 25/

En los estados del norte actualmente la radiodifusión cubre gran parte del territorio en Baja California existen 40 estaciones; en Coahuila 47;

en Chihuahua 55; en Nuevo León 42; en Sonora 45; y en Tamaulipas, 53.26/ Las radiodifusoras de estas entidades han tenido un incremento del 36.4 por ciento de 1977 a 1986.

ESTACIONES RADIODIFUSORAS EN AM POR ENTIDAD FEDERATIVA HASTA EL 31 DE AGOSTO DE 1977

ENTIDAD	RADIODIFUSORAS	PORCENTAJE DEL NACIONAL
B. C. N.	26	4.53
COAH.	35	6.10
CHIH.	42	7.32
NUEVO LEON	25	4.36
SON.	39	6.79
TAMPS	39	6.79
TOTAL:	206	35.89
TOTAL DEL PAIS:	574	100.00
<u>FUENTE: CIRT 1986</u>		

26/ SCT. P. 91

25/ Dirección General de Concesiones y Permisos de la SCT en Cámara Nacional de la Industria de Radio y TV: La Industria de la Radio y TV en Méx. 1977, CIRT México. Citado por Serafina Llano y Oscar Morales. La radiodifusión en México. México 1984.
Ed. Comunicación: Tecnológica e Investigación. S.C. p. 108

En la FNM hay 127 radiodifusoras, las cuales se localizan en los municipios considerados como Muy urbanos, Urbanos, y Semiurbanos.

Al igual que la televisión, las radiodifusoras se localizan generalmente en localidades superiores a los 20 mil habitantes. Las poblaciones con más de 100 mil habitantes con excepción en Ciudad Acuña, Piedras Negras y Nogales tienen 4 ó más estaciones. Arriba del medio millón de habitantes, las ciudades cuentan con más de 10 estaciones. En el caso de Ciudad Juárez y Tijuana tienen 18 y 19 estaciones respectivamente, pero pudieran incrementar su espectro radiofónico a no ser por la cercanía de ciudades importantes norteamericanas que cuentan con estaciones propias cuya potencia f^s hace invadir el lado mexicano de la frontera.

RADIODIFUSORAS EN LA FNM

	NUMERO	HABITANTES POR ESTACION	POBLACION
Ciudad Juárez	18	48,333	870,000
Tijuana	19	49,052	932,000
Mexicali	18	32,058	577,050
Nuevo Laredo	9	38,000	342,000
Matamoros	9	32,000	288,000
Nogales	8	9,530	76,245
Reynosa	6	58,000	348,000
Cd. Acuña	6	7,900	47,401
Piedras Negras	9	10,303	92,735
Ensenada	4	53,285	213,141
San Luis Río Colorado	4	30,500	122,000
Ojinaga	3	8,939	26,817
Caborca	2	32,415	64,831
Agua Prieta	2	20,628	41,256
Cd. Miguel Alemán	2	10,143	20,286
Río Bravo	2	45,102	90,204

	NUMERO	HABITANTES POR ESTACION	POBLACION
Camargo	1	16,334	16,334
Cananea	1	25,327	25,327
Puerto Peñasco	1	37,457	37,457
Tecate	1	38,786	38,786
Naco	1	4,574	4,574
Vallehermoso	1	51,485	51,485

FUENTE: CIRT 1986.

Vemos que la industria maquiladora no sólo se limita a la producción de manufactura para la exportación también participan en la comunicación. "En la zona costera de Tijuana han proliferado emisoras radiofónicas que aprovechan la situación geográfica y la sobrevaluación de la moneda extranjera para cómoda y económicamente, transmitir el público México-Norteamericano de los Estados Unidos"^{27/}

"Entre esas emisoras una funcionó durante varios años con sólo música instrumental, bajo el nombre de Extra music, con programación selecta, breves comentarios en inglés y amplio auditorio".

"La gran capacidad técnica de las radiodifusoras estadounidense propicia una penetración de sus mensajes y música que no sólo enajena, sino que algunas veces interfiere con las transmisiones locales que

^{27/} P.78 Luis Pavia López "Identidad Nacional y Medios de Comunicación en la Frontera Norte. Hermosillo, Son. 1983. Foro de Consulta Popular, México 1983.

presentan una nula competencia puesto que además, de su pequeño alcance se dedican en gran parte a transmitir el mismo género de música.²⁸

La frontera norte de México como región es la que cuenta con el mayor número de radiodifusoras. En 1977, tenía 94 estaciones que equivalían al 16.38 por ciento del total adicional.

ESTACIONES DE RADIO POR ZONA GEOGRAFICA, 1977 ^{28/}

	ESTACIONES	PORCENTAJE NACIONAL
Frontera Norte	94	16.38
Frontera Sur	13	2.26
Guadalajara y Monterrey	39	6.77
Valle de México	31	5.40
Resto del País	397	69.16

Actualmente existen 127 estaciones en la FNM, que corresponden al 41.63 por ciento de las radiodifusoras (281) de los 6 estados del Norte.

En un período de 9 años (1977-1986) las estaciones radiodifusoras en la FNM han tenido un incremento del 18 por ciento.

La radiodifusión en los estados del Norte data desde los inicios de la radio misma. El 9 de octubre de 1921 en la Ciudad de Monterrey, Constantino de Tárnava funda la XEH.

El 21 de ese mismo mes y año, en Ciudad Juárez, Chihuahua, Jorge

^{28/} Centro de Información e Investigación de la CIRT. 1977. Citado por Serafina Llano. IBID P. 54.

Peredo funda otra estación de radio.

Hacia fines de 1930 desaparece el Régimen de permisos anuales y se introduce el de Concesiones. La primera radiodifusora que surgió bajo esta figura legal fue la XEW en el D.F.

Para 1932, surgen 10 estaciones de radio en el D.F.; 6 en Tijuana; 5 en Ciudad Juárez; 3 en Mexicali; 3 en Nuevo Laredo; 2 en Matamoros y una en Piedras Negras. Con lo que las ciudades fronterizas más importantes fueron las primeras en consolidar su sistema de comunicación por radio, debido a la cercanía con los Estados Unidos, y el régimen de excepción fiscal que ahí ha existido. 29/

Un punto aparte lo establece la radiodifusión universitaria a la que se le da el calificativo de cultural. A lo largo de la zona fronteriza ^{se} carece de estaciones culturales en el lado mexicano. Salvo por el caso de Radio Universidad Autónoma de Baja California, fundada en 1976 y cubre un radio aproximado de 80 km. con 100 mil watts en la banda de FM. La importancia de esta estación radica en que genera una semilla que busca promover la identidad nacional y la cultura regional ante la creciente penetración de la cultura norteamericana y los objetivos comerciales del resto de las radiodifusoras, que en su mayoría promueven productos culturales de ínfima calidad, e intrascendentes.

29/México a través de los informes presidenciales. "Las Comunicaciones". SCT. Secretaría de la Presidencia.

"Las radiodifusoras en su inmensa mayoría, están en manos de empresas privadas o, simplemente, de comerciantes que tuvieron la suerte de obtener una concesión como quien gana premio de la lotería. Muchas veces de estas radiodifusoras se transforman en feudos personales, en patrimonios familiares, que fueron y son manejados con el mismo criterio con que se administra un comercio o tienda de abarrotes. Por décadas estas radiodifusoras han transformado el auditorio eminente cautivo al que atiborran de ofertas a cambio de unas cuantas canciones. La fórmula del éxito ha sido simple; repetir hasta el cansancio los "éxitos" que ellas mismas imponen, manipulación a que no son ajenas las empresas grabadoras de discos"^{30/}

^{30/} P. 63. Hernán Mateos Valdés "Creación de Radio Educación Frontera Hermosillo, Son. 2 de mayo 1983. Foro de Consulta Popular. Comunicación Social. México.

La frecuencia modulada (FM) de la radio se introdujo a México en 1952 para uso de radiodifusoras comerciales. Para 1962, estaban 8 en operación: 6 en la Ciudad de México, una en Matamoros y otra en Monterrey.

Por otro lado, en la FNM a la radio nacional se le suma la procedente de Estados Unidos "Jamás se pudieron en la radio evitar las incursiones en las soberanías de ondas ignorantes de tratados entre propietarios de líneas fronteras, cuya única opción es la de estorbarles el paso con hacinamientos de onda nacionales que muchas veces tienen de nacionales sólo el ser generadas en nuestras paredes, porque portan mensajes de transición entre lo extranjero y lo extran

jero, sin llegar a ocuparse de la soberanía de México".^{31/}

^{31/} Jesús Becerra Villegas. Monterrey, Nuevo León. 8 Mayo 1983.
Foro de Consulta Popular: Comunicación Social. Secretaría de Gobernación 1983.

En cuanto a los contenidos de las radiodifusoras locales, no se cuenta con su programación más que señalamientos ^{que} a grandes rasgos las radiodifusoras publican en los libros de medios publicitarios con lo que se supone tienen dividido el mercado, en base a preferencias musicales. Tal definición es sumamente genérica e imprecisa. Para llegar a una definición se ^{on}utilizan las tipologías musicales especificadas por la CIRT.

Es notable el predominio de las radiodifusoras que transmiten música en español. Sólo el 11.9 por ciento de las estaciones utilizan música extranjera.

De las 22 ciudades de la FMN que tienen radiodifusoras, 6 controlan 72 estaciones, es decir el ^{61.53} por ciento. Estas mismas 6 ciudades ^{se} incorporaron a la radio, la primera década en que surgió.

La radio en la FNM tuvo un notable incremento en la década que inició en 1950. Y a partir de 1960 la radiodifusión crece en el espectro de la frecuencia modulada llegando a fundarse en la década pasada más estaciones de FM que de AM.

En cuanto a estaciones FM, vemos que existen en las principales ciudades de la frontera, las cuales tienen un mínimo de 6 estaciones de radio. ^{en frecuencia AM} Es probable que en un corto plazo Ensenada y San Luis Río Colorado ^{cuente} con su estación de FM, pues ambas tienen ~~en~~ una población suficientemente grande y poseen experiencia en el manejo de estaciones radiofónicas.

EVOLUCION DE LA RADIODIFUSION EN LA FNM
(ESTACIONES QUE AUN SE ENCUENTRAN EN OPERACION)

CIUDAD	1928-39	1940-49	1950-59	1960-69	1970-79	1980-86	S/F	TOTAL
Cd. Juárez	5	1	1	2 2(FM)	2 1(FM)		1 3(FM)	18
Tijuana	3	4		1 1(FM)	4(FM)	1(FM)	2 3(FM)	19
Mexicali	3	1	3	3	2(FM)	1 (FM)	2 3(FM)	18
Nuevo Laredo	3	1	2	1 1(FM)	1 (FM)		1 (FM)	9
Matamoros	1	1	4	1 (FM)	1(FM)		1(FM)	9
Nogales	1		2	1	1 1(FM)		2(FM)	8
Reynosa		1	2		1(FM)	1 1(FM)		6
Cd. Acuña		1	1	1	1(FM)		1 1(FM)	6
Piedras Negras	1	1		1	2(FM)	1(FM)	1 2(FM)	9
Ensenada		1	3					4
San Luis Río Colorado			1	2			1	4
Ojinaga			1			1	1	3
Caborca			1			1		2
Agua Prieta		1	1					2
Cd. Miguel A.			2					2

CIUDAD	1928-39	1940-49	1950-59	1960-69	1970-79	1980-86	S/F	TOTAL
Río Bravo			1	1				2
Camargo				1				1
Cananea	1							1
Puerto Peñasco					1			1
Tecate			1					1
Naco		1						1
Vallehermoso							1	1
T O T A L	18	14	26	19	18	7	25	127

FUENTE: Libro de medios audiovisuales 3/1986 y Directorio CIRT 1983.

INCORPORACION DE CIUDADES AL SISTEMA
RADIOFONICO POR CATEGORIAS

CATEGORIA		1928 1936	1940 1949	1950 1959	1960 1969	1970 1979	1980 1986	S/F	TOTAL
MUY URBANO	I	4	5	5	5	5	5	5	5
	II	12	8	7	9	11	3	10	60
URBANO	I	3	5	6	6	6	6	6	6
	II	5	4	12	8	6	2	13	50
SEMIURBANO	I	1	2	5	5	5	5	5	5
	II	1	1	4	1		1		8
RURAL	I		1	3	4	5	5	6	6
	II		1	3	1	1	1	2	9
MUY RURAL									0
TOTAL		8	13	19	20	21	21	22	22
		18	14	26	19	18	7	25	127

I Cantidad de ciudades

II Número de estaciones

FUENTE: Libro de medios audiovisuales 3/1986. México.

CIUDADES INCORPORADAS A LA RADIODIFUSION EN LA FNM

POR DECADA

DECADA	30	40	50	60	70	80	S/ FECHA
CIUDADES	8	13	19	20	21	21	22

Las primeras ciudades con contar un sistema de radio integrado son de mayor importancia económica y mayor tamaño. Al finalizar la década de 1950 no se han incorporado más que dos ciudades al sistema radiofónico. El crecimiento de la industria radiofónica en la FNM se ha dirigido a complementar el cuadrante de las ciudades más importantes diversificándose por tipo de música y sobre todo, se han dirigido los esfuerzo a introducir el sistema de frecuencia modulada.

EVOLUCION DE LAS ESTACIONES DE RADIO EN LA FNM

PERIODO	1928-1939	1940-1949	1950-1959	1960-1969	1970-1979	1980
Num. Estaciones	18	14	26	19	18	7
estaciones FM	0	0	0	5	14	4
Estaciones AM	18	14	26	14	4	3

SIN ESPECIFICAR **

AM= 10

FM= 15

** Es de suponerse que las 15 estaciones de FM o gran parte de ellas se fundaron en la década pasada, cuando este sistema de radiodifusión tuvo gran auge tanto en la FNM como en el resto del país.

PERFIL MUSICAL DE LAS ESTACIONES DE RADIO

Moderna popular en español	60
Norteña	13
Ranchera	12
Moderna popular en inglés	11
Romántica actual mexicana	9
Tropical	5
Moderna instrumental	2
Folclórica Latinoamericana	1
Blues	1
Otras	3
	—
	117

FUENTE: Directorio CIRT 1983. México.

Las radiodifusoras de la FNM como los del resto del país se abocan principalmente a transmitir programación musical sólo 3 de las estaciones declararon transmitir radionovelas y 19 noticieros. En el caso de la radio en la FNM, sus noticieros poseen una infraestructura menor en la mayoría de los casos que la televisión, lo cual incrementa su dependencia. La radio al poseer menos recursos que la TV y prensa local, se abastece de información de ellos.

Aunque es probable que transmitan otros contenidos como propaganda gubernamental, la hora nacional, programas de concurso infantiles y de comentarios, así como eventos deportivos etc. Tal falta de información nos obliga a reproducir el cuadro elaborado por Serafina Llano donde integra una estructura radiofónica y el tiempo que se le dedica a cada programa. Pues el cuadro lo realizaron en base a una encuesta nacional. ^{32/}

ESQUEMA TEORICO RELATIVO A LA ESTRUCTURACION DE
LA PROGRAMACION RADIOFONICA EN AM

BLOQUES, TIPO DE MENSAJES	PORCENTAJE DE LA PROGRAMACION TOTAL DIARIA
Música	62.84
Anuncios Pagados	18.82
Noticieros	4.91
Concursos	2.00
Anuncios Pagados del Gobierno	1.89
Programas del Gobierno	1.37

BLOQUES, TIPO DE MENSAJES MUSICA	PORCENTAJE DE LA PROGRAMACION TOTAL DIARIA
Noticieros Deportivos	1.11
Anuncios no pagados de particulares	0.91
Radionovelas	0.77
Programas Infantiles	0.74
Programas de Comentarios	0.71
Programas Educativos y Culturales	0.69
Toros y Deportes	0.63
Servicio Social y Cultural	0.37
Programas Cómicos	0.29
Programas Religiosos	0.23
Otros	1.91

La publicidad de la radio en la FNM es localista, definiéndose así en uno de los principales motores comerciales de la zona.

Los productores y comerciantes, así como las organizaciones sociales económicas y políticas ven en la radio un medio eficaz para penetrar en la población, pues es el medio comunicativo de mayor penetración social y cobertura regional.

De manera sintética Serafina Llano agrupa el tipo de programación anterior de la siguiente manera: ^{33/}

PROGRAMACION	PORCENTAJE
Entrenimiento	67.07
Publicidad	21.62
Información	6.02
Educación	3.14
Otros	2.14

Si ser su programación, básicamente, musical, Las estaciones de radio de la FNM son dependientes del centro del país. Ya que las empresas más importantes productoras de discos tienen su sede en la Ciudad de México. Posiblemente, la producción de música norteañas está fuera de esta situación.

^{33/} Serafin Llano, Ob.Cit. P. 166

PROGRAMAS DE OPINION

La radio no es un medio tan importante como la televisión y la prensa en la conformación de la opinión pública, en cuanto a conocimiento de los sucesos diarios y a su interpretación, se refiere.

La radio en la FNM es un medio primordialmente, de entrenamiento. Aunque, se dan el caso de que algunas estaciones posean algún noticiero de influencia local. Ello no quiere decir que ^{la radio} no sea utilizada con fines propagandísticos por los organizaciones que integran a la sociedad.

Como menciona Carlos F. Salinas, la radio tanto en Nuevo Laredo como en Matamoros ha servido para apoyar las candidaturas de 9 diputados federales de Carlos Cantú Rosas y Jorge Cárdenas González. El primero, líder del PARM utilizó ^{la propiedad de Noe Cuellar en Nuevo Laredo. Así también esta radiodifusora} la radiodifusora apoyó a Reynaldo Elizondo del PRI. En el caso de Jorge Cárdenas, éste obtuvo la diputación con cabecera en Matamoros para la LIII Legislatura utilizando las estaciones locales XEEM y ~~XEBW-FM~~, que son de su propiedad. 33/

En cuanto a la tendencia de los noticieros en el Estado de Tamaulipas, Carlos F. Salinas destaca que "el perfil político de casi todas las radiodifusoras es de apoyo a las medidas gubernamentales y de respeto en sus comentarios. 34/

33/ Carlos F. Salinas. La esquina del poder. Tamaulipas, Méx. 1986. P.24
33/ Carlos F. Salinas Ob.Cit. P.23

En la encuesta realizada por el IMEP en noviembre de 1986, el consumo de noticieros radiofónicos por la clase media, para mantenerse informado no fue muy relevante y ocupan un lugar después de la TV y la prensa.

CONSUMO DE RADIO

	CANTIDAD DE ENTRE VISTADOS consumidores de noticieros	TOTAL DE ENTREVISTADOS	PORCENTAJE %
Tijuana	139	321	43.3
Nuevo Laredo	77	226	34.1
Cd. Juárez	21	214	10.0
Matamoros	21	226	9.3

FUENTE: Encuesta IMEP. Nov. 1986 México.

La población de Tijuana y Nuevo Laredo utilizó más a la radio como medio de información, que Cd. Juárez que es la que tiene más estaciones de radio entre las ciudades de la FNM y su población rebaza los 800 mil habitantes. Tal vez ello se deba al deficiente servicio informativo que ahí ofrecen tales estaciones, las cuales entran en competencia con los 7 diarios los 2 televisores locales y las del centro del país.

En las encuestas realizadas por el IMEP se sondearon los noticieros radiofónicos que más se escuchaban. La mayoría de los entrevistados identificó el noticiario por medio de las siglas o lema de la estación. La mínima

parte recordó el nombre del noticiero

NOMINACIONES SOBRE PREFERENCIAS DE NOTICIEROS

CIUDAD	IDENTIFICACION DE LA ESTACION	IDENTIFICACION DEL NOTICIERO	% DE LA IDENTIFICACION DEL NOTICIERO con relación a la identificación de la estación
Matamoros	10	13	130
Nuevo Laredo	68	9	13.2
Tijuana	130	9	6.92
Cd. Juárez	16	5	31.25

FUENTE: Encuesta DEMP. Nov. 1986 México.
Proporcionalmente, Tijuana y Nuevo Laredo, identificaron en menor medida a los noticieros. Aunque en ambas ciudades, la radio juega un papel importante, muchas veces generando controvercias. En Nuevo Laredo, la estación más escuchada es la XHNOE-FM que como ya se mencionó ha jugado un papel primordial en las pasadas elecciones para diputados federales en 1985 y en Tijuana, destaca la XEAZ (Radio Zeta 13) la cual pertenece al grupo político que maneja el diario Zeta de la localidad y el cual, mantiene una postura derechista, contraria a las autoridades gubernamentales.

En comparación con la respuesta que se dio sobre noticieros televisivos, se ve que éstos si fueron identificados por su nombre y no por el canal, salvo algunos referentes a las televisoras norteamericanas que se captan

del lado mexicano.

El hecho de que no se recuerde el nombre del noticiero radiofónico y se identifique preferentemente a la estación, indica que la radio no es un medio que se utilice o busque para estar informados; es sólo un medio de apoyo noticioso, en el que las informaciones forman parte de un servicio complementario. Es por ello que sólo el 26.13 por ciento de los entrevistados mencionó recibir información de la radio. Cabe señalar que las radiodifusoras además utilizan otros medios para mantenerse informados, que como se verá más adelante, tienen mayor importancia.

Sobre las preferencias radiofónicas según la encuesta IMEP quedan como sigue: *

TIJUANA	<u>ESTACION</u>	<u>SELECCION</u>	<u>%</u>
	XEAZ (Zeta 13)	32	16.1
	----- (Radio Ranchito)	23	11.5
	XERCN (RCN)	20	10.1
	XEMO (Radio 86)	16	8.04
	----- (Radio Encino)	14	7.04
	XEBG -----	14	7.04
	XHQF-FM (Radio Sensación)	12	6.03

*Las cifras presentadas en la selección superan
superan en número al de las personas que utilizan la radio, ya que algunos
radioescuchas consumen dos o más noticieros.

	<u>ESTACION</u>	<u>SELECCION</u>	<u>%</u>
	HXBCN-FM (Radio Amor)	12	6.03
	XHKY (Fiesta Mexicana)	9	4.52
	XEXX (La Doble X)	7	3.52
	XEC	6	3.2
	----- (Radio Variedades)	6	3.2
	XHLTN-FM (Radio Latina)	5	2.5
	XHTY-FM (Radio Tambora)	4	2.01
	OTRAS	22	11.05
NUEVO LAREDO			
	XHNOE-FM (Stereo 91)	42	54.54
	XEK (La estación grande de Nuevo Laredo)	12	15.6
	XENV (La rancherita contenta)	3	3.8
	XEWL (Radio Cañón)	2	2.6
	XHNK -----	2	2.6
	OTRAS	16	20.8
CIUDAD JUAREZ			
	XEJ	16	66.7
	XEF (La Fomántica)	2	8.3
	OTRAS	7	29.2
MATAMOROS			
	XEO	4	17.4
	XEMS (Radio Mexicana)	4	17.4
	OTRAS	15	65.2

PREFERENCIAS RADIOFONICAS SELECCIONES

	SELECCIONES				TOTAL
	0	1	2	3	
TIJUANA	182	83	52	4	321
NUEVO LAREDO	158	60	7	1	226
MATAMOROS	205	19	2		226
CD. JUAREZ	193	18	3		214

FUENTE: Encuesta IMED. Nov. 1986 México.

de la encuesta
 En base a las selecciones donde se identifican las estaciones de radio, se
 puede obtener el tipo de música de mayor difusión en las 4 ciudades,
 al definir la orientación musical de cada estación.

PREFERENCIAS MUSICALES

TIPO DE MUSICA	TIJUANA	NUEVO LAREDO	CD. JUAREZ	MATAMOROS	TOTAL	%
Moderna Popular Mexicana	81	61	4	6	152	53.7
Ranchera	32		16		48	16.9
Romántica	13				13	4.6
Norteña	4	4		4	12	4.24
Moderna popular en inglés	3	2			5	1.8
Latinoamericana	5				5	1.8
Instrumental	2				2	0.7
Sin especificar	46				46	16.2
TOTAL	186	67	20	10	283	

FUENTE: Encuesta IMEP. Nov. 1986 México.

En el cuadro anterior destaca con el 53.7 por ciento, la música popular mexican^a, cuya producción está centralizada en la Ciudad de México. Así también es evidente la variedad de música en la zona, siendo Tijuana, la que tiene una gama más amplia, abarcando todos los géneros^e.

El predominio de la música mexicana sobre la extranjera también es notoria; ésta última sólo alcanzó el 4.24 por ciento de las preferencias totales en la zona encuestada por el IMEP.

LA PRENSA EN LA FNM

"Los estados del norte y el pacífico concentraban en 1980 más del 50 por ciento de los 330 diarios que existían en el país".^{35/} En cuanto a impresos en la franja fronteriza norte en 1986, se encontró que en 15 ciudades se editaban 63 publicaciones.^{36/} En Tijuana existen 9 - periódicos; en Mexicali, 4; uno en Ensenada; otro en San Luis Río Colorado; en Nogales, 5; uno en Cananea; Ciudad Juárez tiene 11; Ojinaga, uno; Ciudad Acuña, 2; 4, Piedras Negras; en Nuevo Laredo, 5; en Ciudad Miguel Alemán, uno; en Reynosa, 7, en Río Bravo, 2; y 9, en Matamoros.

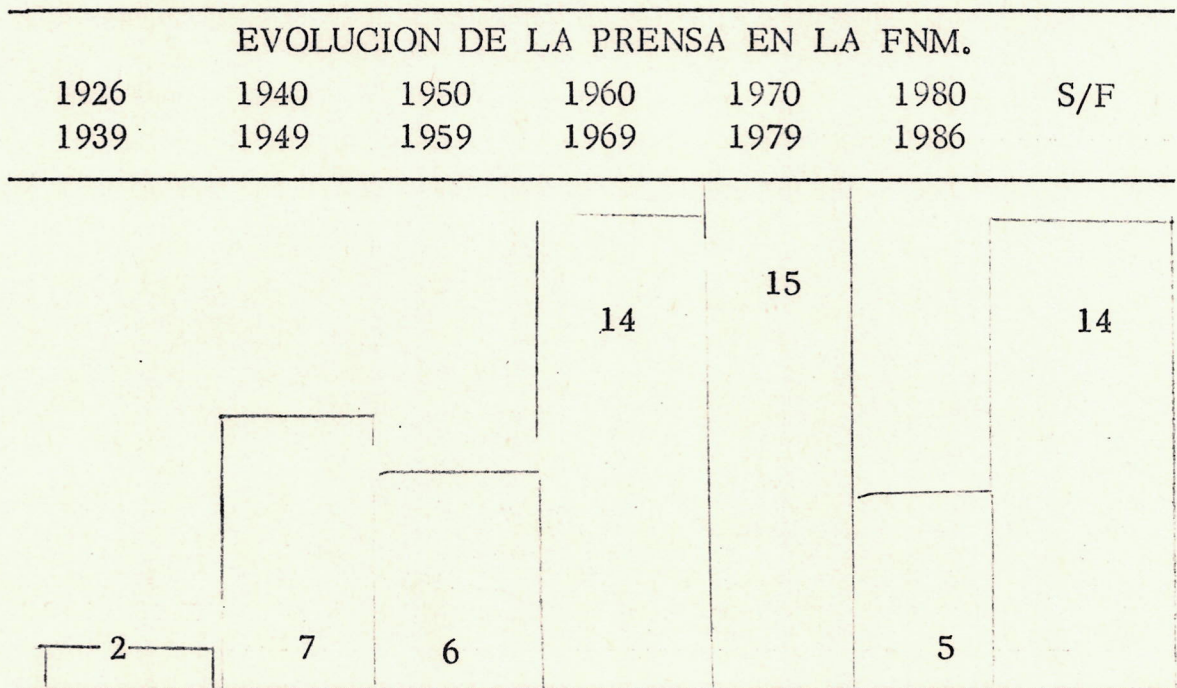
PERIODICOS DE LA FNM POR ESTADO

TAMAULIPAS	24
BAJA CALIFORNIA	14
CHIHUAHUA	12
SONORA	7
COAHUILA	6
<hr/>	
TOTAL:	63

Fuente: Libro de medios impresos. 3/86. México.

^{35/} Pablo Arredondo Ramírez y Enrique Sánchez Ruiz. Ob Cit. P. 54
^{36/} Se consultaron libros de Medios Publicitarios Impresos 1979-1986 y según resultados se la encuesta IMEP 1986.

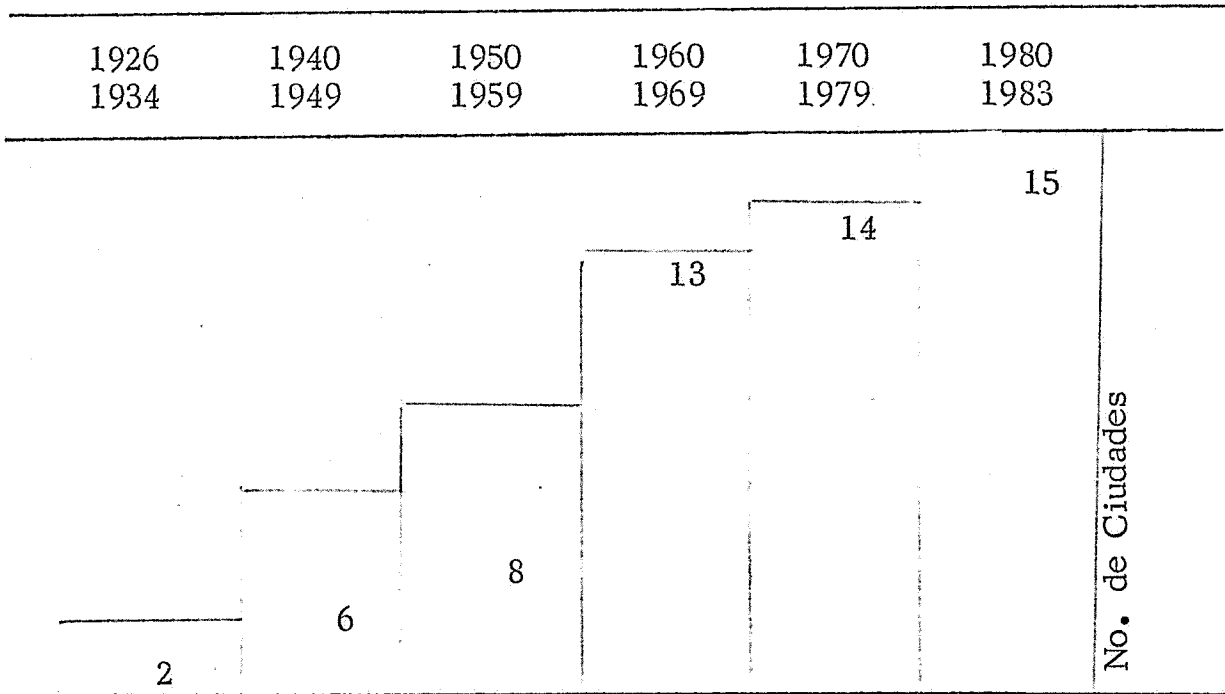
La prensa inicia y tiene un rápido desarrollo en las ciudades más importantes de la frontera Norte. Es en las décadas de 1960 y 1970 cuando tiene un notable desarrollo. Entonces se funda el mayor número de periódicos. Los periódicos se concentran en las ciudades consideradas como Muy Urbanas y Urbanas. Las ciudades de la primera categoría a finales de la década de 1940 ya tenían al menos un periódico, las 6 ciudades Urbanas lograron tener al menos un periódico en esta década. De las 5 ciudades Semiurbanas sólo dos cuentan con un periódico, de las 14 rurales también 2 tienen un diario y ninguna de las 9 poblaciones consideradas como Muy rurales tiene algún título periodístico.*



FUENTE: Libro de medios impresos 3/86. México.

*NOTA: cabe aclarar que sólo se toman en cuenta los diarios que existen en la actualidad y se anuncian en el libro de medios impresos. Es probable la existencia de más periódicos cuyos fines no son comerciales, así como la existencia de publicaciones coyunturales, de vida muy efímera que no alcanzan a ser registrados.

INCORPORACION DE CIUDADES
AL SISTEMA PERIODISTICO*



*NOTA: Sólo se toman en cuenta las publicaciones que existen en la actualidad, pues son las que han logrado arraigo en la población .

En la década de 1960 se incorporó el mayor número de ciudades al sistema de periódicos: Una urbana, dos Semiurbanas y dos rurales. Desde entonces a casi 20 años, sólo dos ciudades se han incorporado a este sistema, lo que demuestra un agotamiento de los mercados potenciales.

Aún así aparecen nuevos títulos, pero estos surgen en las principales ciudades de la FNM. En especial se amplian la gama de las ediciones (vespertinos: 4 en las ciudades Muy urbanas y uno en Mexicali, considerada como urbana) y se da paso al periodismo de opinión, con 5 semanarios (3 en ciudades Muy urbanas, y 2 en Urbanas).

Existe una publicación bimensual en Cananea y otra semanaria en Ojinaga que no son de opinión, sino periódicos noticiosos. Su información como es de suponerse, puede tener entre 4 y 8 días de retraso. Estos periódicos no se distinguen por la oportunidad de su información.

Sobre los semanarios de opinión es probable que aumente su número debido a que en la actualidad representa una necesidad evidente entre la población fronteriza. Sobre todo, los grupos derechistas del PAN buscarán caminos nuevos para expresarse. Así sucedió en 1983 al crear el semanario Zeta en Tijuana.

SEMANARIOS

TIJUANA	2
MEXICALI	1
PIEDRAS NEGRAS	1
REYNOSA	1
OJINAGA	1
	<hr/>
TOTAL:	6

BISEMANAL

CANANEA	1
---------	---

FUENTE: Libro de medios impresos 3/1986. México.

PUBLICACIONES VESPERTINAS

Tijuana	1
Cd. Juárez	1
Mexicali	1
Nogales	1
Reynosa	1
Total	5

FUENTE: Libro de medios impresos 3/1986. México.

Como se observa con el resto de los medios masivos de comunicación la prensa ^{tiende a} ~~concentrase~~ en las zonas urbanas. A rasgos generales puede considerarse que las que tienen una población superior a los 50 mil habitantes generalmente poseen un periódico. Aunque también intervienen otros factores como si la actividad desempeñada por los habitantes de la población responde a las actividades urbanas o rurales. Los periódicos se ubican mayormente en las ciudades Urbanas y Muy urbanas. En casos de poblaciones rurales, existen elementos que son determinantes, como en el resto de las ciudades, y es su capacidad para generar riqueza. En algunas ciudades del norte del país como Ciudad Miguel Alemán a pesar de tener 20 mil habitantes aproximadamente y ser considerada como zona rural, tienen gran disponibilidad de medios masivos de comunicación, entre ellos, un periódico. Ello se debe a la actividad rural a que se dedican y de grado de tecnificación, lo que les permite tener excedentes.

INCORPORACION DE CIUDADES AL SISTEMA

PERIODISTICO POR CATEGORIAS

	1926 1939	1940 1949	1950 1959	1960 1969	1970 1979	1980 1986	SF	TOTAL
MUY URBANA	2	5	5	5	5	5	5	5
	2	6	4	5	8	3	9	37
URBANO		1	3	4	5	6	6	6
		1	2	5	7	2	4	21
SEMIURBANO				2	2	2	2	2
				2			1	3
RURAL				2	2	2	2	2
				2				2
TOTAL CIUDADES							15	
TOTAL PERIODICOS							63	

EVOLUCION DE LA PRENSA DE LA FNM
(PUBLICACIONES QUE AUN SE ENCUENTRAN EN CIRCULACION)

CIUDAD	1926/ 1939	1940/ 1949	1950/ 1959	1960/ 1969	1970/ 1979	1980/ 1986	S/F	TOTAL
Tijuana		2	1		1	1	4	9
Cd. Juárez	1	2	1		2	1	4	11
Reynosa		1	1	3	1	1		7
Nuevo Laredo		1	1	1	1		1	5
Matamoros			1	1	3	1	3	9
Nogales	1			1	3			5
Mexicali				2	1		1	4
Piedras Negras		1		2	1			4
Cd. Acuña			1		1			2
Rfo Bravo				1			1	2
San Luis Rfo Colorado					1			1
Cd. Miguel Alemán				1				1
Ensenada *						1		1
Ojinaga				1				1
Cananea				1				1
T O T A L :	2	7	6	14	15	5	14	63

FUENTE: Libro de medios impresos. 3/1986. México

*Cabe señalar que según nota publicada en el Uno más uno el 4 de enero de 1987, el periódico Vigía de Ensenada quiebra por incapacidad económica.

Como puede verse, de las ciudades de la FNM, sólo 15 tienen al menos un periódico propio y de éstos 5 sólo poseen una versión de los hechos. Sólo las ciudades Muy urbanas y casi todas las urbanas pueden elegir entre dos fuentes distintas. Aunque la existencia de más de dos publicaciones en alguna ciudad no siempre significa que sean de opiniones encontradas, salvo en pocas ocasiones.

En el caso de Tamaulipas, el periodista Carlos F. Salinas, señala que la "prensa actúa como grupo de poder reclamando posiciones políticas y administrativas. Nunca ha sido una prenda amordazada... es generalmente agresiva, rayando, en ocasiones, en injurias". ^{37/}

Cuando la crítica de la prensa a las élites del poder local es constante como sucedió en los casos de Ernesto Flores Torrijo y Norma

Moreno Flores, Director del periódico El Popular de Matamoros y reportera del mismo diario, respectivamente, se les agrede, hasta doblegarlos o asesinarlos.

"El periódico, El Popular se distinguía por su línea combativa y de denuncia de las irregularidades y abusos del poder de personajes políticos locales y estatales, así como a referida a las bandas de narcotraficantes"^{38/}

En esa misma localidad el 17 de junio de 1986 se asesinó a Brenes Araya, Director de los periódicos El Río y Frontera Norte.

^{37/} Carlos Salinas. Op Cit. p. 5.

^{38/} Raúl Terrazas. Uno Más Uno, 18 de julio de 1986.

GENERADORES DE OPINION

En cuanto a medios impresos se consideraⁿ según su procedencia : Extranjera (EU), Nacional (México, D.F.), o Local. Misma que dan la primera clasificación. Posteriormente, a cada uno de esos rubros se^{le} corresponde una segunda clasificación periódicos y revistas (en los periódicos se incluyen los semanarios , matutinos y vespertinos)

Es de suponerse que en la frontera norte por su cercanía con Estados Unidos, los diarios extranjeros tienen gran influencia y así como periódicos del D.F. Tal afirmación dista mucho de ser cierta. Aunque es inegable la existencia de ambos tipos de diarios en la FNM, éstos ocupan un lugar inferior en la preferencia del público consumidor de la FNM. El caso de las revistas es diferente. El mercado que para este medio existe, no lo ocupan revistas locales ni extranjeras. Por lo que las revistas de la Ciudad de México tienen absoluto control.

Para conocer el consumo y preferencias de periódicos y revistas en la FNM, nuevamente aprovechamos los resultados de la encuesta de opinión pública que el IMEP realizó en 4 ciudades fronterizas (Nuevo Laredo, Matamoros, Tijuana y Ciudad Juárez).

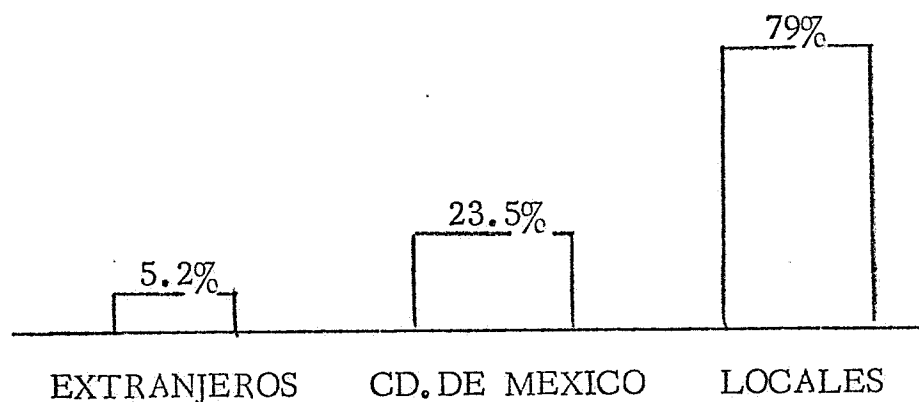
La prensa del D.F. era leída por el 34 por ciento de los entrevistados en Matamoros; el 11, en Nuevo Laredo; el 13, en Ciudad Juárez y el 36 en Tijuana. Tal lectura no siempre era diaria.

En cuanto a la prensa local, el 78 por ciento de los entrevistados en Matamoros afirmaron leer algún periódico local; así también lo hizo el 73 por ciento de los ecuestados en Nuevo Laredo; el 84 por ciento, en Ciudad Juárez; y el 81 por ciento en Tijuana.

La prensa extranjera tuvo menos suerte que la proveniente de la Ciudad de México. En Matamoros alcanzó al 8 por ciento de los entrevistados; en Nuevo Laredo al 4 por ciento; en Ciudad Juárez al 3; y en Tijuana al 6.

CONSUMO DE PERIODICOS SEGUN ENCUESTA

IMEP EN LA FNM



A diferencia de la televisión, la población de la FNM prefiere la prensa local, sobre la del centro del país.

De los periódicos de la Ciudad de México, el Excélsior siempre ocupó el primer lugar en preferencias.

PREFERENCIAS DE PERIODICOS DEL D.F. EN LA FNM	
Excélsior	32.4 %
Novedades	17.5 %
Esto	8.3 %
El Heraldó	12.4 %
El Universal	7.3 %
Uno Más Uno	5.4 %
Otros	16.8 %

FUENTE: Encuesta IMEP. Nov. 1986 México
En las 4 ciudades encuestadas en la FNM, la población manifestó en una proporción aún menor leer diarios de otras ciudades del país. Generalmente de procedencia de ciudades vecinas, o de la capital del estado. En Matamoros una persona declaró leer el Dictamen de Veracruz, tres El Norte de Monterrey y una, El Mercurio de Ciudad Victoria. En Nuevo Laredo, 3 contestaron leer El Norte de Monterrey, una el Porvenir de la misma ciudad, otra El Sol de Tampico y 11 La Tarde de Reynosa. En Ciudad Juárez una persona leía El Norte de

Monterrey, 2 el Novedades de Chihuahua, otra El Herald de Chihuahua y 2 más el Pulso de la misma ciudad. En el caso de Tijuana, 2 declararon leer La Voz de la frontera de Mexicali y uno El Vigía.

Como puede verse, de los diarios que se distribuyen en la FNM pertenecientes a ciudades fuera de la franja fronteriza (a excepción de México D.F.) sólo El Norte de Monterrey está presente en 3 de las 4 ciudades encuestadas por IMEP.

Aunque con ello sólo ^{alcance} el 2.2 por ciento de las preferencias de los periódicos foráneos, tiene mayor influencia que los siguientes periódicos: La Jornada, Punto, El Día, Diario Oficial, El Financiero, La Afición, El Sol de México, El Nacional y la Prensa.

"El Norte posee gran poderío económico y capacidad tecnológica. Actualmente se abre partidista, política e ideológicamente en favor del Partido Acción Nacional".^{39/}

En cuanto a los periódicos extranjeros tienen mayor influencia los editados en las ciudades vecinas. En el caso de Matamoros, los periódicos de Bronunsville tienen mayor presencia. Lo mismo sucede en Nuevo Laredo con los diarios de Laredo, en Ciudad Juárez con los de El Paso y en Tijuana con las de San Diego.

^{39/} Abrahan García Ibarra. Columna: Repertorio Político. El Día 28 de noviembre de 1986. P. 6.

Los diarios norteamericanos que circulan en todo su país y en el extranjero, como el New York Times y el Washington Post, tienen una presencia mínima del lado Mexicano. ^{Sobre diarios de otra nacionalidad} sólo en el caso de Ciudad Juárez un entrevistado aseguró leer un diario francés; Le Monde .

De los diarios extranjeros, sólo uno era editado en español en Los Angeles y circula en Tijuana. Este diario tiene más de 60 años de vida. En un futuro es posible que la situación cambie, sobre todo lo que respecta a la lectura de diarios extranjeros en español, que se leen en la FNM. Según la Asociación Nacional de Publicaciones Hispánicas en Estados Unidos, en 14 años ha aumentado un 120 por ciento el número de publicaciones y un 351 por ciento, el de lectores; las publicaciones pasaron de 677 a 1487 y los lectores de un millón 353 mil a 6 millones 100 mil.^{40/}

La población de la FNM es un campo donde queda abierta la competencia para las publicaciones norteamericana en español, sobre todo para las revistas. En este campo, las revistas provenientes de la Ciudad de México dominan el mercado, como se verá más adelante.

Los periódicos locales ejercen gran influencia en la opinión pública de la zona. En Matamoros 55 personas leían un diario; 76, dos; 33, tres;

^{40/} El Día, 29 de abril de 1986. P. 10 "Notable crecimiento de la prensa hispánica en EU".

8, cuatro; y 2, 5 diarios.

En Nuevo

Laredo, la mayor parte de los entrevistados (35.4%) sólo leían un dia
rio, ^{80 personas leían} un diario; 61, dos; 18, tres; 6, cuatro; y uno, 5).

Juárez, la mayoría (60.3%) leía un diario, ^{129 personas leían} un diario; 40 dos; 7, tres;

y 3, cuatro diarios); En Tijuana, igual (35.5%) leía un diario, ^{114 personas leían} un
diario; 107, dos; 27, tres; 9, cuatro 3, cinco; y uno seis).

CONSUMO DE DIARIOS POR PERSONA

NUMERO DE DIARIOS	% DE ENTREVISTADOS
1	48.5
2	34.4
3	10.9
4	3.3
5	0.8
6	0.13

FUENTE: Encuesta INEP. Nov. 1986 México.

Casi el 50 por ciento de los entrevistados son fieles a un sólo periódico. El resto busca más opiniones para formar su criterio. Ello es posible debido a la controversia que levantan los periódicos en diferen

tes coyunturas, como es el caso de los procesos electorales y a la oferta de varios diarios en la zona.

LOS DIARIOS MAS LEIDOS SEGUN LA ENCUESTA POR IMEP SON:

MATAMOROS

DIARIO	% DE LECTORES
EL BRAVO	46.4
LA OPINION	28.5
EL POPULAR	14.3
EL GRAFICO	7.4
EL PM	1.4
OTROS	1.1

NUEVO LAREDO

DIARIO	% DE LECTORES
EL MAÑANA	42.8
EL DIARIO	40.7
EL CORREO	6.7
LAREDO AHORA	3.8
OTROS	3.8

CIUDAD JUAREZ

DIARIO	% DE LECTORES
DIARIO DE JUAREZ	60.0
EL FRONTERIZO	27.3
EL UNIVERSAL DE CIUDAD JUAREZ	6.2
EL MEXICANO	3.0
OTROS	3.8

TIJUANA

DIARIO	% DE LECTORES
EL MEXICANO	43.6
ZETA	25.0
ABC	10.5
BAJA CALIFORNIA	9.9
HERALDO	7.7
AL DIA	1.5
OTROS	1.8

En las ciudades analizadas, generalmente se da una competencia entre dos diarios o un diario ^{y un} ^{(como se da} ~~semanal~~ ^{en Tijuana)}. Cuando se enfrentan dos diarios, éstos acaparan al menos el 75% de las preferencias de los lectores. En Tijuana, por tratarse de un diario y un semanal, ambos se llevan casi el 70% de las preferencias.

En cuanto a la tendencia de los diarios, éstos no se muestran en apoyo al gobierno como la radio. Los periódicos responden a intereses particulares o de grupo. No necesariamente representan corrientes ideológicas distintas.

Para el periodista Carlos F. Salinas, "El Mañana de Nuevo Laredo ^{Laredo es catalogado como el de mayor tiraje y ventas}. Su directora es la Sra. Ninfa De andar, quien goza de prestigio en su municipio y ha llegado a mencionarse en diversas ocasiones como pre-candidato a la presidencia municipal por el PRI. Actualmente las críticas de estos periódicos se enfoca al Presidente Municipal, Ricardo de Hoyos Arispe, por sus constantes actos de corrupción".^{49/}

En cambio de El Diario, el segundo en preferencia dentro de la encuesta se encarga de reseñar favorablemente las actividades del presidente municipal, Carlos Salinas advierte que existen nexos en diversos negocios entre los dueños del periódico y algunos miembros del Ayuntamiento.

Sobre los diarios de Matamoros, Salinas sostiene que El Bravo le brinda su apoyo al gobierno en sus tres niveles: federal, estatal y municipal.

En cambio el periódico La Opinión, que es el segundo en la comunidad, cr
tica al gobierno en materia de seguridad pública y funcionarios menores,
respetando así, a los altos niveles.

En materia de revistas la situación difiere: Los títulos elaborados o
reimpresos en la Cd. de México predominan,* siguiéndole en orden las ex
tranjeras,* para dejar hasta el final a las locales, que casi no existen.

En Matamoros sólo 8 gentes leían revistas locales, de las cuales 7 pre
fían Gente CTM. En Nuevo Laredo no hubo mención. En Cd. Juárez
hubo 2 lectores y en Tijuana, uno. El total de lectores de Revistas loca
les en las ciudades encuestadas por IMEP, fue de 11.

De las revistas extranjeras la que más predomina es la revista Life, con
5 selecciones. En lo que se quiere decir que el consumo de este tipo de
revistas es muy bajo y diversificado. En total 28 personas declararon
leer revistas extranjeras.

En cambio las revistas editadas, traducidas, o reeditadas en el D.F. do
minaron el Mercado. 403 personas leen revistas nacionales, es decir, el
40.8 por ciento de los entrevistados.

La revista más leída es Impacto, la cual abarca el 23.2 por ciento de las
preferencias, le sigue Selecciones con el 20.6 y Proceso con el 10.5. Pos
teriormente Contenido con el 8.3 y Siempre con el 8.1 por ciento. Tan

sólo 5 revistas acaparan el 70.7 por ciento de las preferencias de revistas nacionales, en la FNM. Las 10 revistas más importantes, abarcan el 83.0 por ciento de las elecciones de la población fronteriza.

REVISTAS DE MAYOR PENETRACION ES LA FNM

REVISTA	% DE SELECCIONES
IMPACTO	23.2
SELECCIONES	20.6
PROCESO	10.5
CONTENIDO	8.3
SIEMPRE	8.1
VANIDADES	5.0
BUEN HOGAR	2.0
T.V. Y NOVELAS	2.0
COSMOPOLITAN	1.8
T O T A L :	83.0

FUENTE: Encuesta IMEP. Nov. 1986. México.

Es importante resaltar que las revistas de Análisis controlan el mercado (Impacto, ^{Proceso,} Contenido y Siempre). Le sigue Selecciones, que incluye temas de interés general, tratados de manera novelada y superficial. Es ta revista se distingue por su marcada tendencia pronorteamericana.

Impacto recientemente tuvo problemas legales entre sus dueños, aunque se presupone que fue una presión del gobierno para que abandonaran su postura Antigubernista que intentaba tomar. Selecciones, es una publicación centralista, no es antisistema. Proceso se distingue por sus análisis políticos, sobre los poderes tanto del gobierno como de la iniciativa privada. Esta revista puede considerarse progresista, con tendencias a izquierda moderada. Contenido, está ubicada a la derecha, incluye artículos al estilo selecciones y algunos supuestos reportajes sobre la política mexicana, donde intentó demostrar la corrupción de los líderes.

El resto de las 10 revistas busca al público femenino principalmente.

CARACTERISTICAS DE LOS PERIODICOS DE LA FRONTERA NORTE DE MEXICO

Para este capítulo se analizaron 11 diarios y 2 semanarios de los 63 periódicos editados en la FNM* distinguiendo diversas variables como tamaño, secciones, tipo de información destacada a 8 columnas, procedencia de la información, agencias noticiosas contratadas, publicidad, etc.

Los diarios analizados salvo El Correo y El Centinela estaban estructurados por secciones independientes unas de otras, lo que permite la lectura simultánea de los diarios por dos ^{o más personas} según intereses, es decir, la sección de sociales, de deportes y de información general puede leerse al mismo tiempo debido a que se encuentran en fascículos independientes. En dos periódicos y en los semanarios, la información viene integrada en un sólo volumen. Pero al igual que el resto de los diarios, con secciones claramente definidas. Los diarios de un sólo volumen generalmente tienen de 8 a 16 páginas y le dedican a cada tipo de información una o dos páginas. En el caso de los periódicos con secciones definidas por fascículos, el promedio de páginas de éstos es de 8 por sección y por lo general son 4: Información general, Sociales, Deportes, e Información local.

Todos los diarios incluyen información local, nacional e internacional. Cabe ~~destacar que la información local, de la ciudad o de la región, relaciona~~

* Los periódicos analizados son: El Diario de Juárez, El Universal de Cd. Juárez, El Correo y El Mañana de Nuevo Laredo, Laredo Ahora, El Diario de Nuevo Laredo, El Bravo de Matamoros, El Zócalo de Piedras Negras, El Centinela de Mexicali, El Heraldo de Baja California, Baja California de Tijuana Así como los semanarios Tabloide y Zeta de Tijuana

con el intercambio México-Estados Unidos, ocupa la mayoría de las veces el lugar más destacado en el diario. En casos como los periódicos Laredo Ahora, El Bravo y El Zócalo las noticias generadas en la ciudad de México- el principal centro de país productor de información-, sobresalen sobre el resto de las noticias.

Además de la información mencionada, los diarios Laredo Ahora y El Mañana incluyen secciones dedicadas a las ciudades norteamericanas que se encuentran del otro lado de la frontera. El Bravo y El Zócalo le dedican secciones a ciudades mexicanas vecinas a la región de donde son originarias.

Las noticias internacionales que no tratan aspectos relacionados con el intercambio México-Estados Unidos carecen de utilidad inmediata a la zona. Estas notas son proporcionadas a los diarios fronterizos por agencias informativas, principalmente norteamericanas.

La información nacional les es distribuida por agencias o periódicos mexicanos con sede en la Cd. de México. Así también esas entidades les permiten a los diarios fronterizos la publicación o reproducción de artículos y editoriales de sus periódicos.

La información referente a otros estados de la república-incluyendo a los estados vecinos-, generalmente son proporcionados por las agencias y periódicos de la capital del país. La información es triangulada y pasa por el tamís del centro, que decide qué noticias son buenas o convenientes para el norte del país. Ello es posible porque los periódicos del frontera norte no tienen corresponsales en otros estados. Cuando mucho reciben información de ciudades cercanas a las que les dedican una sección del periódico.

La dependencia informativa es marcada, tanto a nivel nacional, como internacional. Para el nivel local, los periódicos de la FNM cubren con sus propios reporteros la información.

En cuanto a la circulación de los periódicos, esta se restringe a sus lugares de origen y a poblaciones circunvecinas de menor tamaño. Difícilmente se pueden encontrar periódicos de una ciudad fronteriza, más allá de las ciudades aledañas o de la franja fronteriza.

La publicidad de los periódicos de la frontera norte ^{es} destinada a productos, servicios y comercio locales tanto del lado mexicano como norteamericano. En muchos casos la publicidad es en inglés y por lo general los precios ^{de} anuncios son en dólares. El Peso en estos casos pasa a segundo término desplazado por las cotizaciones en dólares, ^{tiene mayor} pues ^{estabilidad}.

Cabe destacar que la publicación de precios en dólares no es exclusividad de los diarios de la FNM, ^{en} también los diarios nacionales editados en la Cd. de México se encuentra publicidad con precios en dólares, destacando los referentes a tarifas aéreas, precios de computadoras y antenas parabólicas.

Las notas locales en casi todos los diarios ocupan el espacio principal, aunque el grueso de éstas se localicen en una sección interna, dejando la primera sección a la reproducción de información nacional e internacional.

Los reporteros generalmente no firman sus trabajos. De los periódicos analizados sólo en El Mañana de Nuevo Laredo los reporteros firman sus notas. Esta tendencia es predominante en la prensa del interior del país. El anonimato puede significar una poca valoración del trabajo periodístico o un enmascaramiento de ^{este} trabajo para evitar posibles represalias.

Los articulistas sí firman sus escritos. En ocasiones los pueden hacer con seudónimos (poco serios). Entre los artículos y columnas predominan los temas políticos. Cuando ^{el} ~~periodista~~ ^{es} ~~locales~~, se refiere generalmente a asuntos ^{locales o regionales}, aunque en ciertos casos ~~trata problemas~~ ^{de interés nacional}. Los articulistas y columnistas de periódicos de la Cd. de México hacen referencias a temas de interés nacional, cuyo origen tienen lugar en la capital del país.

El semanario Zeta, es el único periódico que tiene columnistas y articulistas de otras ciudades fronterizas y estados del norte. Zeta tiene en su plantilla a líderes de opinión a nivel local y regional. Entre ellos destaca el Obispo de Chihuahua y líderes panistas. Este semanario de tendencia derechista opone franca resistencia a las autoridades priístas de la localidad y zona norte. Cabe mencionar que este grupo también posee una estación de radio que en cuestiones informativas posee el mayor auditorio radiofónico en Tijuana.

La mayor parte de los periódicos de la FNM publican notas sobre asuntos políticos, manteniendo una posición neutral, aunque tendiente a favorecer al sistema actual.

ME DIOS MASIVOS DE COMUNICACION EN LA FRONTERA SUR DE LOS
ESTADOS UNIDOS

En la frontera norteamericana colindante con México existen 24 condados, donde se albergan una población aproximada de 3 500, 000 habitantes. Gran parte de esta población es considerada de origen mexicano, por lo que se puede hablar de valores culturales similares. Aunque cabe señalar que la población mayoritaria es sajona y su cultura es similarar ^{del} al resto de los norteamericanos.

Del lado norteamericano, pese a la existencia de población de origen mexicano, no se puede hablar de penetración cultural como sucede con el caso mexicano. Aun así, existen valores culturales mexicanos del otro lado, pero integrados a su cultura, ^y reinterpretados. Los elementos culturales mexicanos ya han sido asimilados y en ocasiones nomantienen los nexos con los valores que les dieron origen.

La cultura de la población de origen mexicana sí guarda nexos directos con la cultura nacional. Pero reviste peculiaridades que intentan responder a las

necesidades de la población en el vecino país. De este modo las semejanzas se van transformando, creando modelos y valores suigéneris. Para la población de habla hispana existen medios masivos de comunicación: revistas, periódicos diarios y semanarios estaciones de televisión y radio y cines. Incluso existen programas bilingües de educación, mismos que ^{recientemente} han sufrido mermas, al recortarles el presupuesto gubernamental. Así también, en zonas donde existe una gran concentración de hispanoparlantes como en el estado de California, los congresos locales han tratado de frenar su influencia. Entre las medidas adoptadas está la proscripción del español y señalar al inglés como la lengua oficial. ^{43/}

^{42/} Uno más uno. enero 1986. México.

^{43/} El Día. 12 Nov. 86. "El inglés como idioma único en California niega derechos de los mexicanos asiáticos". La Jornada. 24 abril 87. "Biden castigar a niños que hablen español"

En cuanto a periódicos existentes en los estados norteamericanos que colindan con México existe gran número con tiraje ^{suficiente} para ^{alcanzar una} penetración bastante alta.

PERIODICOS DE ESTADOS FRONTERIZOS ^{44/}

Estado	Población	No de matutinos	No de vespertinos	Total
		Tiraje	Tiraje	Tiraje
ARIZONA	2'717,866	6	13	19
		412,840	262,811	675,651
CALIFORNIA	23'668,562	42	76	115
		4'831,013	1'853,881	6'084,594
NUEVO MEXICO	1'299,968	4	16	20
		130,479	162,457	292,936
TEXAS	14'228,637	33	84	117
		2'133,320	1'491,107	3'624,427

En esos estados norteamericanos existe una relación promedio de 4 habitantes por ejemplar de periódico. En términos de información se considera a la norteamericana una de las más actualizadas. En esta acepción no se está tomando en cuenta los contenidos de los diarios ni la tendencia de los mismos. Exclusivamente se hace referencia a la disponibilidad de ejemplares periodísticos por habitante.

De los 24 condados fronterizos con México, 14 poseen diarios,

De los condados ^(fronterizos) es San Diego el que más diarios tiene: uno en El Cajón, uno en Escondido, uno en Oceanside, uno en Vista y tres en la ciudad de San Diego.

DISPONIBILIDAD DE DIARIOS

CIUDAD	CONDADO	ESTADO	No DE PERIODICOS DIARIOS	TIRAJE POR CIUDAD
San Diego	San Diego	California	3	612, 093
Tucson	Pima	Arizona	3	131, 923
El Paso	El Paso	Texas	2	86, 658
Laredo	Webb	"	2	35, 899
El resto de las ciudades sólo tiene un diario.				
Vista	San Diego	California		5, 019
El Cajon	"	"		22, 519
Escondido	"	"		35, 916
Oceanside	"	"		31, 617
Grauley	Imperial	"		5, 016
El Centro	"	"		10, 590
Douglas	Cochise	Arizona		3, 104
Sierra Vista	"	"		5, 508
Nogales	Santa Cruz	"		3, 292
Yuma	Yuma	"		16, 907
Deming	Luaa	Nuevo México		3, 403
Las Cruces	Dona Ana	"		17, 737
Brownsville	Cameron	Texas		15, 383

Harlingen	Cameron	Texas	24,136
Mc Allen	Hidalgo	"	22,174
Edinburg	"	"	5,600
Del Rio	Val Verde	"	6,127
Terrell	Terrell	"	6,200

Por condado, San Diego posee los mayores tirajes.
707.164 ejemplares diarios ; Le sigue Pima con 131,923; El Paso con 86,659; Laredo con 35,899; Cameron con 39,519; Hidalgo con 27,774 y el resto de los condados tiene tirajes menores a los 20 mil ejemplares diarios. Siendo 9,735 ejemplares el promedio de éstos.

En cuanto a la fundación de los diarios, de los 28 existentes, 14 se crearon en el siglo pasado; 4 en la primera década del presente siglo; 4 en la segunda; 2 en la tercera; 2 en la cuarta; uno en la década de los 60 y otro en la década siguiente.

En la frontera sur de los estados Unidos existen 6 diarios publicados en español. 2 de ellos publicados en San Diego, 2 en Laredo, uno en El Paso y otro en Brownsville. Así también existe un diario religioso editado en San Diego; Southern Cross. En los condados del sur circulan de manera restringida algunos diarios publicados por universidades y otras instituciones de educación superior.

Cabe señalar que casi todas las poblaciones norteamericanas fronterizas poseen al menos un periódico. Aunque su edición no siempre es diaria. La mayoría de las poblaciones pequeñas y aisladas poseen un semanario, el cual cumple las funciones de un diario. Por ejemplo encontramos semanarios de localidades que en ocasiones no aparecen en los mapas, como Apache Junction, Ajo, etc. También se editan semanarios en ciudades donde existen diarios. En estos casos se especializan en diferentes temáticas y tratan la información por medio de

En la frontera sur de los Estados Unidos los sistemas televisivos cubren casi la totalidad del territorio, incluso el correspondiente al lado mexicano. El sistema televisivo está integrado por 7 mercados, los cuales no siempre se localizan en los condados fronterizos. El caso de San Antonio, Texas es uno de ellos. Las señales de sus televisoras cubren los territorios fronterizos vecinos de Cd. Acuña y Piedras Negras en Coahuila, ^{existen televisoras en} También ciudades de condados fronterizos muy grandes, cuya localización está a más de 100 kilómetros de la frontera, como el caso de Tucson, Arizona.

Los mercados televisivos del sur de los Estados Unidos son: San Diego, California con 7 estaciones de televisión; El Centro, California y Yuma, Arizona con 3 estaciones; Tucson Arizona con 8; El Paso Texas y Las Cruces Nuevo México, 8 estaciones de televisión; San Antonio Texas con 8; Laredo, Texas, con 3; y Mc Allen y Brownsville, Texas con 5 estaciones. Además es posible captar señales de televisora de ciudades cercanas como San Diego con Los Angeles; Laredo con San Antonio; Brownsville con Corpus Christi. En relación con las señales provenientes de México es muy limitado su alcance e influencia.

En todas las plazas donde se encuentran estaciones televisivas al sur de los Estados las cadenas más grandes de ese país (CBS, NBC y ABC) mantienen al menos una repetidora, salvo en el caso de El Centro y Yuma donde la ABC no tiene repetidora, pero en cambio existe una televisora local independiente.

Mercados Televisivos al Sur de los Estados ^{47/}

Unidos (Frontera)

Plaza: San Diego

Siglas	Ciudad	Canal	Filiación
XETV	TIJUANA	6	TELEVISA
KFMB TV	SAN DIEGO	8	CBS
KGTV TV	"	10	ABC
KPBS TV	"	15	ETV
KCST TV	"	39	NBC
KUSI TV	"	51	IND
KTTY TV	"	69	IND

Las estaciones de la plaza de San Diego abarcan a el condado del mismo nombre y en ocasiones al de IMPERIAL.

Plaza: El Centro-Yuma

Siglas	Ciudad	Canal	Filiación
KECY TV	YUMA	9	CBS
KCAA TV	"	11	IND
KYEL TV	CENTRO	13	NBC

Las estaciones de esta plaza cubren los condados de Yuma e Imperial.

Plaza: Tucson.

Siglas	Ciudad	Canal	Filiación
Kvoa TV	TUCSON	4	NBC
KUAT TV	TUCSON	6	ETV
KGUN TV	TUCSON	9	ABC
KMSB TV	NOGALES	11	IND
KOLD TV	TUCSON	13	CBS
KDTV TV	TUCSON	18	IND
KUAS TV	TUCSON	27	ETV
KPOL TV	TUCSON	40	IND

Las señales de estas televisoras cubren los territorios de los condados de Cochise, Pima, y Santa Cruz en Arizona y el de Hidalgo. Nuevo México

Plaza: El Paso-Las Cruces.

Siglas	Ciudad	Canal	Filiación
KDBC TV	EL PASO	4	CBS
KVIA TV	"	7	ABC
KTSM TV	"	9	NBC
KCOS TV	"	13	ETV
KCIH TV	"	14	IND
KRWG TV	LAS CRUCES	22	ETV
KINT TV	EL PASO	26	IND
KASK TV	LAS CRUCES	48	IND

Las señales de estas televisoras abarcan los condados de Luna, Dona Ana en el estado de Nuevo México y El Paso, Hudspeth y Wilberson en Texas.

Plaza: San Antonio.

Sigla	Ciudad	Canal	Filiación
KMOL TV	SAN ANTONIO	4	NBC
KENS TV	"	5	CBS
KLRN TV	"	9	ETV
KDRT TV	DEL RIO	10	IND
KSAT TV	SAN ANTONIO	12	ABC
KABP TV	"	29	IND
KRRT TV	KERRVILLE	35	IND
KWEX TV	SAN ANTONIO	41	IND

Las señales de estas televisoras abarcan los condados texanos de Val verde, Kinney., Maveric y Webb.

Plaza:Laredo

Siglas	Ciudad	Canal	Filiación
KGNS TV	LARDO	8	NBC
KVTV TV	"	13	CBS
KLDO TV	"	27	ABC

Las señales de estas televisoras abarcan a los condados de Webb y Zapata. En ocasiones o con menor calidad de recepción se captan en Maverick, Dimmit Starr, Hidalgo y Cameron. Algunos de estos condados, también reciben las señales de otras plazas.

Plaza:Mc Allen-Brownsville

Siglas	Ciudad	Canal	Filiación
KGBT TV	HARLINGEN	4	CBS
KRGV TV	WESLASCO	5	ABC
KVEO TV	BROWNSVILLE	23	NBC
KLUJ TV	HARLINGEN	44	ETV
KMBH TV	HARLINGEN	60	ETV

Las señales de estas televisoras abarcan los condados de Cameron, Hidalgo y Starr.

De las 42 estaciones televisivas localizadas en los condados fronterizos del sur de los Estados Unidos 20 pertenecen a las 3 grandes cadenas televisivas; 8 son culturales; y 13 son televisoras independientes, lo que no necesariamente indica que su programación sea del todo local. Algunas pertenecen a pequeñas cadenas como la KWEX TV de San Antonio que pertenece a la cadena Spanish International Network (SIN), que es filial del grupo empresarial mexicano Televisa

Las televisoras locales también compran materiales comunicativos a otras

cadenas televisivas del país o del extranjero. Por lo que establecen lazos de dependencia con televisoras que tienen mayor capacidad de producción. Muchas televisoras independientes logran producir programación de calidad, misma que después es vendida a otras televisoras.

Las ciudades más importantes de la frontera sur de los Estados Unidos no se encuentran aislada del resto del país ;su integración es total. La problemática de frontera en esas ciudades no se ve como posibles afectaciones a la soberanía nacional. México no les representa problemas a la soberanía. La preocupación norteamericana se da en el campo de la seguridad. La frontera sur en ocasiones les representa un peligro que va básicamente contra la seguridad regional. En el caso de la identidad nacional, la cultura mexicana no les representa un peligro; el poder de ésta es reducido y poco atractiva para la población de ese país que pasa a ser considerada como una curiosidad, ello debido a la casi inexistente información que sobre México existe en ese país. y por la deformación de la misma.

A ello se le suma que en cuanto a estilos de vida, el mexicano les parece diferente y poco adecuado a su realidad e idiosincracia.

OBSERVACIONES FINALES SOBRE LOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACION EN LA FRONTERA NORTE DE MEXICO

La frontera norte de México es una región altamente comunicada, a través de los medios masivos de comunicación, que en ocasiones son su principal vínculo con el exterior. Las poblaciones Muy Rurales y algunas Rurales permanecen aisladas, tanto de los medios de comu
nicación como del resto de las ciudades fronterizas.

El tamaño de la población, su actividad económica predominante influ
yen en la disponibilidad de los medios que en ocasiones llegan a compe
tir por la posesión de medios, como los canales repetidores de las es
taciones televisivas de la Ciudad de México, o en la existencia de más
estaciones de radio, o periódicos. Ello redundaría en beneficio de la po
blación, pues difícilmente permite el monopolio de medios, como suce
de en muchas ciudades fronterizas de los Estados Unidos. En el caso
de pequeñas ciudades, éstas no pueden sostener con sus mercados de
consumidores a varios medios masivos de comunicación, lo cual provo
ca monopolización y dependencia externa. Cuando el mercado local es
amplio permite la afluencia de varios medios de comunicación y la di
versificación de los mismos. Con lo que se quiere decir que a mayor
tamaño y riqueza económica de la población se puede dar una mayor
especialización de los medios y atender las necesidades específicas de
los diversos grupos sociales.

Las pequeñas poblaciones tienen una limitada disponibilidad de medios de comunicación, lo cual los convierte en observadores retardados de los acontecimientos nacionales e internacionales. Al no contar con sistemas de comunicación propios se encuentra a merced de fuerzas locales dominantes, como cacicazgos y a la influencia de mensajes externos provenientes de las televisoras norteamericanas que abarcan casi el total de la zona fronteriza.

Aquí cabe recalcar que la frontera geográfica no es la única existente en la región, la barrera cultural y la del idioma también están presentes. Ello disminuye en gran medida los intentos de penetración de las ondas norteamericanas. Creando así otro problema, sobre todo en comunicados muy pequeñas y aisladas. Se da lo que se llama zonas de silencio.

En la frontera norte existen al menos 17 municipios que no poseen en su territorio ningún medio de comunicación masivo. Siendo los casos más graves, pequeñas poblaciones que se encuentran en los estados de Chihuahua y Coahuila. 4 Municipios sólo cuentan con un tipo de medio de comunicación 6, con 2, 3 con 3 y 9 municipios poseen los 4 diferentes medios masivos de comunicación.

22 ciudades tienen alguna estación de radio, 15 cuentan con periódicos, 16, con estaciones locales o repetidoras de televisión y sólo 7 ciudades cuentan ^{con} al menos una televisora propia. En caso excepcional, só

lo 2 ciudades cuentan con 2 canales propios de televisión.

MERCADOS COMUNICATIVOS EN LA FNM

	RADIO	TV	CABLE	PRENSA	TV PROPIA
<u>B. CN.</u>					
TIJUANA	19	5	1	9	2
ENSENADA	4	2	1	1	1
TECATE	1		1		
MEXICALI	18	3	1	4	1
<u>SON</u>					
SAN L. RIO COLORADO	4	2		1	
PUERTO PEÑASCO	1	1			
CABORCA	2	1			
ALTAR					
SARIC					
NOGALES	8	2	1	5	
SANTA CRUZ					
NACO	1				
AGUA PIRETA	2	1			
CANANEA	1			1	
<u>CHIH</u>					
JANOS					
ASCENCION					
PRAXEDIS G. GUERREO					

	RADIO	TV	CABLE	PRENSA	TV PROPIA
<u>CHIH.</u>					
GUADALUPE BRAVO					
OJINAGA	3	1		1	
JUAREZ	18	4		11	2
<u>COAH.</u>					
OCAMPO					
ACUÑA	6	1	1	2	
JIMENEZ		1			
PIEDRAS NEGRAS	9	3	1	4	1
NAVA					
GUERRERO					
HIDALGO					
<u>NVO. LEON</u>					
ANAHUAC					
COLOMBIA					
<u>TAMPS.</u>					
NUEVO LAREDO	9	5	1	5	1
GUERRERO					
MIER					
MIGUEL ALEMAN	2		1	1	

	RADIO	TV	CABLE	PRENSA	TV PROPIA
<u>TAMPS</u> CD. CAMARGO	1				
GUSTAVO DIAZ O.					
REYNOSA	6	2	1	7	
RIO BRAVO	2			2	
VALLE HERMOSO	1				
MATAMOROS	9	3	1	9	1

El incremento de medios de comunicación nos puede indicar un crecimiento de la zona fronteriza, más no un desarrollo de esta, pues aun existen grandes demandas sociales.

La existencia de un medio de comunicación en la FNM responde a las necesidades inherentes de las diversas poblaciones. La concentración humana, atrae comercios e industrias. Los medios de comunicación como prestador de servicio cae entre estos rubros, y busca satisfacer esa necesidad. Así como la instalación de maquiladoras, aprovechó la infraestructura creada ^y también la mano de obra disponible y clasificada. Los medios de comunicación de la FNM, aprovecharon el crecimiento de la zona, que inicialmente surge del intercambio que se establece con el país vecino.

Las ciudades en la FNM surgen de manera paralela a otras del país vecino y en el transcurso del tiempo llegan a tener una especialización. En cuanto a sus funciones, eran en principio una vía de acceso al país o la salida del mismo; de inmediato se convirtieron en centros de diversión, posteriormente con su crecimiento, han representado un mercado de compradores y por último se han desenvuelto como polos de desarrollo, para apoyar a la descentralización.

El crecimiento de la zona fronteriza del norte ha propiciado el desarrollo de medios de comunicación. Tal vez de una manera superior a populaciones de igual tamaño en el interior del país. Debido a la cercanía

nía con Estados Unidos, a las disposiciones fiscales, a la riqueza que se ha generado en la zona y al potencial económico o de ingresos que tiene el creciente mercado de comparadores.

Como puede verse los medios de comunicación en la FNM se han desarrollado en varios polos de desarrollo, se han concentrado dejando zonas vacías o de silencio, principalmente en Coahuila y Chihuahua para los medios mexicanos más no para los norteamericanos que tocan furtivamente esos municipios incomunicados cuya población es muy pequeña.

Dichas poblaciones no cubiertas por los medios de comunicación generalmente se encuentran aisladas y su incorporación es muy remota; así también su crecimiento económico es muy incipiente tal vez por ello, su incorporación por considerarse costosa y no redituable, los mantenga en el aislamiento y silencio.

En este trabajo se dio un primer diagnóstico del estado de la comunicación masiva en la FNM, para de aquí poder inferir estrategias de desarrollo que incluyen a los medios en el desarrollo armónico de la zona.

Gran parte de la población que habita en la FNM tiene acceso a más de un medio de comunicación. Ello permite que se reciba una diversidad de versiones ante los sucesos acaecidos, como en el caso de la

prensa que al menos 10 poblaciones cuentan por lo menos con 2 publica ciones. Cabe señalar que los que cuentan con más de 300 mil habitantes, tienen 3 ó más periódicos.

La radio fue el medio con mayor penetración, aunque este no es un medio que por esencia busque formar opinión. La radio es considerada como un medio de entretenimiento.

En la formación de opinión la TV y la prensa son los medios más so bresalientes pero de estas la primera tiene mayor cobertura aunque también, mayor dependencia hacia la Ciudad de México.

Tan sólo 7 ciudades tienen un canal propio de TV. En relación con 16 ciudades con periódicos. En la FNM mientras existen 9 televisoras locales, existen ⁶³ periódicos. La prensa local tiene mayor arraigo que la TV local, donde predomina la transmitida por Televisa desde la Ciudad de México, como se demostró en las encuestas de opinión levantadas en la zona.

Como ello se establece que a la prensa local como la mejor vía para enterarse sobre las noticias locales.

En el medio impreso no existe competencia entre la prensa norteamericana y la mexicana; a pesar que la primera es más antigua y sólida, tiene menor presencia del lado mexicano; sólo en . pocos caso en que no existe la barrera del idioma: ^{hay cierta penetración} La opinión de los Angeles, El He

raldo de Brownsville etc. Todas ellas con un impacto muy pequeño. La diferencia entre los diarios de la frontera mexicana y norteamericana, es que estas últimas forman monopolios en sus ciudades y en los mexicanos se establecen competencias entre varios diarios. De las 39 ciudades, 10 tienen más de 2 diarios y 5 una sola publicación.

Un número menor al no tener una publicación propia, sus sucesos son cubiertos por periódicos de ciudades de mayor desarrollo en la localidad, hermanando así, a ambas ciudades, tal es el caso de Matamoros Valle Hermos; y Matamoros-Río Bravo.

Aún así existen ciudades que no registran hechos actualmente y por lo mismo no deja constancia de su existencia. Ciudades que no hacen historia y permanecen en el anonimato. Sobre todo ^{si} su población es pequeña. Tal parece que el tamaño de la población en un país en desarrollo como el nuestro, condena al olvido a gran parte de su población que vive en comunidades pequeñas y aisladas. La prensa que es el medio que testifica los acontecimientos ante la posteridad y permite en la actualidad integrar a sus habitantes, no tiene presencia en la mayoría de las comunidades. La radio, a pesar de ser el medio con mayor presencia, no es totalmente aprovechado, sus productos aún son elaborados fuera de la zona, para lo cual requiere cambiar los mecanismos de producción disógráfica y descentralizada la industria. En este sentido se tiene que integrar un mercado de compradores regiou

nales que acepte la producción local sobre la producción nacional e internacional, ello implica el apoyo de las estaciones de radio locales en la promoción de estos productos culturales, para lo cual convendría regionalizar la legislación sobre la comunicación social. La producción regional de música popular reactivaría la cultura de la zona norte, generaría la existencia de más grupos musicales, concretizando así una cultura regional. La TV puede regionalizarse y avastecerse de información de todas las unidades y abarcar a toda la zona norte, Tratar de crear el sentimiento de solidaridad regional y nacional. En el primer punto para promover el desarrollo económico y cultural de la zona.

El cine, aun inexistente en la zona norte de México, requiere de mayor promoción. Es el medio que muestra mayor dependencia después de la TV por Cable, que parece haber tenido su desarrollo por las necesidades de los norteamericanos que se ubican en la zona.

Es necesaria la participación estatal para promover la elaboración de productos culturales fronterizos, ya que la poca disponibilidad de recursos económicos no permite el amplio desarrollo de los medios. Tal apoyo financiero permitirá la creación de centros de producción televisivos en ciudades medianas, de donde se permita transmitir información al resto de la FNM.

A una parte de ella y así también permitir la publicidad de pequeñas y medianas industrias y comercios. En este sentido de la TV se le vé como parte promocional de la sociedad. La publicidad tiene su función social en regular el mercado, en fortalecer a la industria, y por ello a través de ello a la población. El desarrollo industrial y comercial de una zona también establece un desarrollo de la población y la diversificación de medios de comunicación disponibles. Lo que a su vez, permite la pluralidad de ideas, fortaleciendo así la democra
cia.

El establecimiento de medios de comunicación en una zona requiere de un mercado de consumidores que lo sustente, si es que estos plan
tean ^{vivir} de la publicidad. En caso contrario, su existencia se debe a recursos de algún grupo económico, político, gubernamental,
campesino o de trabajadores.

El incremento de medios de comunicación en la FMM, puede responder directamente al crecimiento poblacional, lo cual no necesariamente indica el desarrollo de la misma.

En cuanto a la penetración cultural, la frontera norte es una zona donde este se desarrolla fácilmente, aunque ello lo quiere decir que tenga una total penetración y aceptación