

MARIA DE LA LUZ CASAS PEREZ

Cómo la tecnología pudo  
integrar a la América  
del Norte en su conjunto

# Introducción y evolución de la TV en Canadá, EE.UU y México<sup>1</sup>

MARÍA DE LA LUZ CASAS PÉREZ

*Licenciada y Master en Comunicación Doctorado en  
Ciencias Políticas. Es profesora de planta  
e investigadora en el Instituto  
Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey,  
Campus Cuernavaca, en México.*

Resumen

Es un hecho que la tecnología es instrumental en la formación de identidades culturales, como también lo son las políticas que llevan a cabo los Estados-nación y que terminan por dar forma a la industria y la programación que circula al globo terráqueo a través de las ondas hertzianas.

Canadá, Estados Unidos y México comparten mucho más que un Tratado de Libre Comercio; comparten intercambios culturales a través de la tecnología.

---

<sup>1</sup> Una versión modificada de este artículo fue presentada en la Conferencia Transparencias: Technology culture, communication en la Universidad de Texas en Austin, Estados Unidos en noviembre del 2002.

Quizá podríamos rastrear este fenómeno hasta los orígenes de los medios electrónicos y, más específicamente, a los antecedentes de la televisión con la radio; sin embargo, fue la televisión y sus contenidos simbólicos los que articularon un poderoso circuito de comunicación entre los tres países.

El nacimiento de la televisión en estos Estados data de más o menos la misma parte del siglo XX. Hubo decisiones políticas, tecnológicas, y decisiones de tipo económico que influyeron en determinar el esquema de operación que cada uno de estos países tiene hoy en día. Actualmente existen otros esquemas como el Pay per View, la TV por cable, la interactiva, la Web TV y cada uno con ciertos usos e implicaciones diferentes. También existen el Internet y las nuevas tecnologías de la información, así como otras redes globales, por lo que es de suponer que como tecnologías, seguirán influyendo en el proceso de convergencia tecnológica que se inició en el siglo pasado.

## Introducción

Puede decirse sin lugar a dudas, que la televisión ha sido el medio de mayor impacto en el siglo XX. Su influencia ha transformado decisivamente el curso de la historia contemporánea, ya que quizás no haya habido otro medio que capte con mayor nitidez, instantaneidad y simultaneidad los eventos que han forjado los desti-

nos de la civilización humana. Así la televisión irrumpió en los hogares precipitada y sorpresivamente, acercándonos a la superficie lunar o llevándonos la guerra al interior de nuestros propios hogares en el momento mismo en que ésta se desenvuelve.

Los sistemas de televisión inundaron rápidamente el espectro electromagnético que circunda nuestros espacios aéreos y llegaron para quedarse. Sin embargo, su arribo no ocurrió de la misma forma en todos lados, ni todos los países en todos los continentes abrazaron el fenómeno de la televisión con la misma fuerza; en su tiempo, los objetivos sociales de la televisión no fueron iguales para todos, ni se alcanzaron de la misma manera.

Tomemos como ejemplo a Canadá, Estados Unidos y México, los actuales miembros del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN<sup>2</sup>).

En los tres países la televisión sigue siendo el medio de comunicación más influyente; empero, su evolución técnica y legal como industria ha sido diferente en cada uno de ellos. Las economías de los actuales miembros del TLCAN, usualmente independientes, son ahora interdependientes en una variedad de formas, principalmente en agricultura, en el trabajo, en el comercio y en

otros sectores de la economía. No obstante, sabemos de otra industria, que entrelazó los destinos de estos países mucho antes de la firma del TLCAN. Nos referimos a la industria de la televisión como tecnología de información y comunicación.

Los contenidos norteamericanos de la televisión fueron exportados a sus vecinos del Norte y del Sur mucho antes de la existencia de los actuales conglomerados globales de medios. Antes de la era de la globalidad mediática y de que se hablase oficialmente de la exportación de la industria cultural, la televisión norteamericana ya era parte del escenario canadiense y mexicano. Los canadienses se apropiaban de señales fronterizas de televisión a fin de echar un vistazo a los programas estadounidenses. Los mexicanos traducíamos los programas norteamericanos más populares a fin de desarrollar nuestra propia versión para el mercado mexicano.

A pesar de sus tímidos orígenes, la televisión se convirtió así en el medio de comunicación más impactante en la historia de la región norte este continente. Los desarrollos científicos y tecnológicos que se darían en estos países rápidamente estandarizarían el uso del medio en buena parte de nuestras latitudes.

2 El Tratado de Libre Comercio de América del Norte entró en vigor enlazando las economías de Canadá, México y los Estados Unidos desde el 1 de enero de 1994 y sigue vigente a la fecha.

Al desarrollo técnico de la televisión contribuyeron las inteligencias de diversos países, entre ellos Canadá y México. Sin embargo, pasaron décadas para que la industria alcanzara los niveles de optimización y funcionamiento técnicos que posee hoy en día. Podemos afirmar entonces, que si bien los Estados Unidos no tuvieron la primicia de la introducción técnica del medio, es un hecho que la industria norteamericana fue la responsable de la difusión de sus prácticas recientes a nivel global. Ahora sabemos que la televisión ayudó a crear un escenario común para la cultura de

Norteamérica, que había existido desde mucho antes que el nuevo liberalismo económico promoviera el intercambio de información entre los tres países.

### Un bloque tecnológico desde mediados del siglo

La televisión fue la resultante de desarrollos técnicos que florecieron predominantemente en la región Norte del continente americano. Muchos pensarán que fueron exclusivamente los Estados Unidos quienes brindaron el invento de la televisión al mundo, pero no fue así.

Si echamos un vistazo a la cronología del nacimiento de la televisión en Canadá, los Estados Unidos y México podremos observar que la televisión avanzó técnicamente al mismo ritmo en los tres países, al menos en sus inicios.

Los tres países iniciaron sus

transmisiones de televisión más o menos al mismo tiempo. Las estaciones experimentales en las tres naciones trabajaban en forma semejante y con estándares similares. La televisión por cable inició operaciones en las tres naciones debido a las mismas razones y hubo consenso entre los tres países en cuanto a sus formatos de operación desde un inicio<sup>3</sup>.

Desde el inicio de la radio y durante la Primera Guerra Mundial, los Estados Unidos consideraron la transmisión inalámbrica a través de ondas hertzianas como un asunto de seguridad nacional.

Durante la Segunda Guerra Mundial y para prevenir la difusión del nazismo en América, los Estados Unidos crearon en 1940 una oficina especial de inteligencia en México encargada de asegurar los intereses norteamericanos en Latinoamérica y la difusión del panamericanismo en todo el continente<sup>4</sup>. Como parte de su estrategia, los Estados Unidos se aseguraron de promover la actividad de empresarios mexicanos interesados en desarrollar primero la radio y luego la televisión, siguiendo los parámetros de operación norteamericanos<sup>5</sup>. Nexos con la cadena de televisión norteamericana NBC se establecerían con la XEW radio<sup>6</sup> y con luego la industria de la televisión en México.

Debido al inicio de la Segunda Guerra Mundial, Estados Unidos suspendió su labor de in-

3 Las tres naciones iniciaron transmisiones experimentales de televisión desde los años treinta, al mismo tiempo que algunos desarrollos técnicos se estaban llevando a cabo en Europa, particularmente en la Gran Bretaña.

4 Dicha oficina en México se conoció como la Inter American Office for International Affairs al frente de la cual se encontraba Nelson Rockefeller.

5 Entre esos empresarios estaba Emilio Azcárraga Vidaurreta, padre del actual presidente del consorcio de comunicación Televisa.

6 Esta estación operaba con 100,000 watts de potencia, mientras que la mayoría de las estaciones norteamericanas apenas llegaban a los 50,000 watts. Pronto, con la ayuda del gobierno americano y la autorización del gobierno mexicano la estación fue autorizada a transmitir con 200,000 watts de potencia. La intención del gobierno americano era dar a Azcárraga todas las facilidades para que su estación de radio XEW llegara al resto de Latinoamérica.

vestigación en materia de televisión, pero los desarrollos tecnológicos continuarían durante ese período en la región de América del Norte, al menos en México. El ingeniero mexicano Guillermo González Camarena había estado trabajando desde 1940 en un equipo experimental que sería parte de la primera estación de televisión en México<sup>7</sup>.

Algo semejante estaba sucediendo en el Canadá en los inicios de la radiodifusión. Al ser su vecino más importante, los Estados Unidos son una gran influencia para el Canadá, de tal manera que influido por su gran actividad económica Canadá inició sus primeras estaciones de tipo comercial, al cual se añadió posteriormente una red de servicio público<sup>8</sup>. No obstante, y por cuestiones comerciales, al ser Canadá una comunidad pequeña de receptores, las estaciones canadienses rápidamente se afiliaron a estaciones norteamericanas a fin de poder proveer a sus consumidores de una programación variada. La asignación de frecuencias también fue un problema grave, ya que al estar la mayoría de las poblaciones importantes cercanas a la frontera con los Estados Unidos, las señales se interferían continuamente<sup>9</sup>. En los años cuarenta, las estaciones norteamericanas de televisión estaban en su apogeo, para 1945 la necesidad de agruparse en cadenas era una medida inminente. De esta forma, la negociación con los sis-

temas canadiense y mexicano fue mucho más sencilla. Se podía ofrecer programación en bloque y asistencia técnica permanente. No fue sino hasta 1950 que nacería la televisión comercial en México que es la base principal del sistema de televisión mexicano, y hasta 1952 que el gobierno canadiense crea la CBC (Canadian Broadcasting Company), de manera que entre esos años la negociación de intercambios, la estandarización y el desarrollo técnico correrían de manera paralela en todo el bloque norteamericano.

De tal forma que al menos en términos técnicos, pudimos haber sido una región integrada tecnológicamente desde un principio y mucho antes del TLCAN.

Sin embargo, en aquellos iniciales momentos del desarrollo de la radiodifusión, la reacción gubernamental mexicana y canadiense ante la industria de medios yanqui fue diferente. Mientras el gobierno mexicano observaba el fenómeno como

una posibilidad de asistencia técnica y comercial para nuestro país y abrió irrestrictamente la entrada a contenidos estadounidenses, el gobierno canadiense desarrollaba una política de comunicación para la defensa del interés público limitando el número de horas de programación norteamericana a las que tenían derecho las estaciones canadienses.

No fuimos una zona integrada tecnológicamente en términos de comunicación, porque no había una razón ni una justificación política para ello; porque eran las épocas de la soberanía y del fortalecimiento de los Estados nacionales y

7 Laura Castellot de Ballin. *Historia de la televisión en México. Narrada por sus protagonistas*. Editorial Alpe. 1993. pp. 30-31.

8 Harry J. Skornia. *Television and Society. An inquest and agenda for improvement*. McGraw Hill Book Company. 1965. P. 7.

9 Patricia Hindley, Gail M. Martin & Jean McNulty. *The tangled Net. Basic Issues in Canadian Communications*. J.J. Douglas Ltd. Vancouver. (1977). p. 45.

porque se pensaba que la mejor manera de fortalecer al Estado era protegiendo sus fronteras. La Segunda Guerra Mundial nos dejó mucha claridad en esto. En cambio, hoy se sabe que aún las guerras se libran a través de los recursos informativos, y que las telecomunicaciones son el mejor medio para llegar al enemigo.

A partir de la Guerra del Golfo en 1991 cuando la televisión global se instauró como la tecnología dominante de información y comunicación, los sistemas nacionales de medios no volvieron a ser los mismos. Otros medios mucho más directos de comunicación como el satélite y el cable actualmente se reconocen como los

*En la actual  
sociedad digital  
la interconexión  
de los sistemas de  
comunicación es  
vital para fines  
de seguridad  
nacional,  
y también para  
fines de  
comercialización  
e intercambio  
económico.*

principales competidores de los sistemas de televisión abiertos. Los destinos de la industria de la televisión estarían, a partir de ese momento, vinculados a los de la electrónica, la computación y las telecomunicaciones.

En la actual sociedad digital de la información, la interconexión de los sistemas de comunicación es vital para muchas funciones, no solo para fines de seguridad nacional, sino también para fines de comercialización e intercambio económico.

Gracias a la tecnología digital actualmente sistemas como la televisión por cable, la televisión directa, la televisión de alta definición y otros se han podido interconectar con los sistemas tradicionales de radiodifusión, de manera que ya estamos hablando de un solo tipo de industria.

El desarrollo de la electrónica también ha hecho posible la interconexión de otros sistemas como la telefonía y los satélites para la comunicación digital, de forma que los sistemas son absolutamente globales, rápidos y eficientes. La conectividad es una de las condiciones indispensables para los objetivos de la mayor parte de las naciones y ciertamente una necesidad para los tres socios comerciales del TLCAN. La estandarización de los sistemas de comunicaciones es otra variable importante para los procesos de interconexión. Hubo una época que por telecomunicación se hacía referen-

cia exclusivamente a la telefonía; hoy nos referimos a los satélites, a la telefonía celular, al Internet y a otros sistemas en gestación que hacen que la información transfronteriza fluya con mayor facilidad, lo cual es otra de las características de la era digital.

En los primeros años de la televisión, si se presentaba una interferencia de señales transfronterizas era cuestión de una negociación binacional en el uso de frecuencias. Actualmente, canadienses y mexicanos recibimos programación estadounidense a través de sistemas de suscripción por cable o de televisión directa del satélite. Por tanto, la industria global de las telecomunicaciones ha hecho posible que se reciba cualquier tipo de señal en cualquier país. La recepción de señales de televisión en cualquier parte del mundo es ya una realidad.

La televisión no introdujo la imagen en movimiento; fue el cine, sin embargo, la televisión combinó la imagen animada articulando tiempo y espacio, y dándole a ambas dimensiones un nuevo significado. El cine emergió de la ficción, mientras que la televisión lo hizo desde la realidad. El cine fue capaz de registrar la historia, pero la televisión la llevó a los hogares de cada uno de nosotros reproduciéndola una y otra vez. La televisión nació como un medio fragmentario capaz de alterar y de reproducir fragmentos de la realidad interminablemente.

La televisión creó nuevas maneras de ver, transformar y producir la realidad, que siguen operando hoy. La televisión como medio combina la expresión de ideas, conocimiento, información y entretenimiento comprendiendo así el ambiente complejo de la existencia social. Como medio, la televisión no solamente refleja la historia, sino que la produce. Hoy sabemos que las versiones de la guerra que llegan a nuestros hogares no son la guerra, sino una producción articulada de lo que las industrias consideran que debe ser un "consumible" mediático de la guerra. Así, lejos de reflejar la realidad como se pretendía en los orígenes de la televisión, hoy en día la televisión produce a la realidad.

La televisión es el nuevo imaginario colectivo que construye y refleja nuestro mundo. Lo que vemos en la ventana del televisor existe solo en la medida en que el medio lo produce, lo recrea y lo distribuye para su consumo.

Como medio de comunicación, la televisión nos ha ampliado nuestras posibilidades de comunicación exponencialmente. Lo importante, sin embargo, es analizar qué es lo que las personas hacemos con la tecnología y especialmente con los contenidos de la televisión. Podemos decir entonces que las decisiones corporativas de la televisión definen a las sociedades de la misma manera que lo hacen las decisiones políticas o militares. En las

nuevas articulaciones de poder a nivel global, la información es poder. No olvidemos que la política de la nueva era incluye a los grandes corporativos de medios a nivel internacional.

Hoy las imágenes de la televisión permiten el desarrollo de redes articuladas de poder que vinculan relaciones entre los grandes sistemas de propiedad, producción y comercio de bienes informáticos y simbólicos en todo el mundo.

Así, a través de la televisión circulan formas de interpretación de la realidad que por supuesto responden a intereses de poder pero que también comunican formas de dominio institucionalizadas. (Williams 1966:19-20).

Lo que los habitantes de Canadá, Estados Unidos y México hacen con las señales de televisión nos permite saber qué es lo que tenemos en común como países o en qué es en lo que diferimos; ello nos permite entender el porqué la integración no ha ocurrido como se esperaba.

Si bien existía una "cierta sensación de la presencia del otro", la firma del TLCAN por parte de Canadá, México y los Estados Unidos amplió el fenómeno de percepción mutua entre los ciudadanos de los tres países. Algunos mecanismos de operación de los medios se

pusieron oficialmente en marcha para vincular de una manera mucho más precisa a las industrias culturales de los tres países, lo cual amplió la oferta cultural que se presentaba a los consumidores a través de los medios de una manera sistemática.

Los intercambios comerciales, los convenios interinstitucionales y la inversión extranjera en el sector de medios rápidamente siguieron al incremento en la información entre los tres países. Los gobiernos de Canadá, Estados Unidos y México han desarrollado diferentes políticas públicas relativas a la comunicación. En México, la televisión no se encuentra concentrada exclusivamente en unas cuantas manos, otros sistemas de televisión han entrado en la escena<sup>10</sup>. Canadá siempre se ha preocupado de proteger a su indus-

---

10 Inicialmente toda la televisión comercial se encontraba concentrada en manos del grupo Televisa de Emilio Azcárraga. Actualmente existen otros sistemas de medios como Televisión Azteca, CNI Canal 40, y otros que conforman el panorama de la televisión comercial en México.

tria cultural y de la promoción de la producción nacional. Por otra parte, siempre ha estado a la vanguardia en el desarrollo tecnológico y en la exploración de nuevas posibilidades técnicas<sup>11</sup>. Mientras tanto, la propia industria norteamericana se recompone para atender a las nuevas necesidades del mercado y de los intercambios comerciales<sup>12</sup>.

### Una misma tecnología, formas diversas de ver la realidad

La televisión se ha convertido en una ventana común para ver la realidad, pero cada uno tenemos nuestra propia manera de apreciarla y de utilizar sus contenidos.

Si bien la televisión recrea los eventos sobre los cuales pensamos, los personajes que marcan nuestra historia, los valores que moldean nuestra vida y conduce las formas en las que vemos futuro que vivirán nuestros hijos, en la era de la globalidad la televisión nos presenta un mosaico de realidades frente a las cuales podemos asumir perspectivas diversas. Podríamos afirmar quizás, que si bien la televisión es el símbolo de la sociedad moderna, también se ha con-

vertido en el principal recurso generador de símbolos para cada tipo de realidad que representa.

La televisión define a la realidad solo en la medida en la que cada comunidad construye, mantiene y transforma la realidad, pero también influye el aprecio que podemos tener por la realidad en términos de lo que es importante para cada una de nuestras sociedades. Hoy, las naciones se encuentran tecnológicamente interconectadas; no obstante, los modos en los que la tecnología de comunicaciones describe la realidad dependen de la naturaleza, condiciones y necesidades de los sujetos que se encuentran en dicha interrelación.

Ahora bien, la inevitable interconexión tecnológica así como el intercambio de información producto del TLCAN fue visto de distinta manera en los tres países. Canadá normalmente asume una posición conservadora y defensiva respecto de su soberanía cultural, México abrió sus puertas indiscriminadamente al intercambio de programación. Por su parte, los Estados Unidos que normalmente acepta contenidos extranjeros con cierta reserva, se vio inundado por programa-

ción mexicana en su frontera Sur, ya que gracias a la apertura la población chicana<sup>13</sup> rápidamente demandó programación en español, especialmente telenovelas, noticieros y programas musicales.

En este fenómeno es posible observar la presencia de dos factores esenciales: por un lado la tecnología que facilitó el intercambio de información y propició fusiones, adquisiciones e intercambios entre las industrias mediáticas, y por otro la variable cultural, cuyo comportamiento resultó claramente diferenciado para cada uno de los tres países.

Los productores de los sistemas de televisión, especialmente los de la televisión mexicana, rápidamente identificaron la necesidad de atender nuevos nichos de mercado en los Estados Unidos, por lo que, en lugar de que los mexicanos se vieran afectados por el incremento en la programación norteamericana, fueron éstos los que comenzaron a

11 Algunas aplicaciones experimentales de televisión, como la televisión interactiva -Videotrón- fueron desarrollados al final de la década de los ochentas en Canadá.

12 Las compañías norteamericanas de cable están explorando una nueva opción de televisión interactiva como alternativa a la feroz competencia proveniente de los sistemas de televisión a nivel global.

13 Dícese de la población México-americana (chicana).

ver sus canales inundados con programación mexicana<sup>14</sup>.

La barrera del idioma es uno de los factores fundamentales que influyen en las diferencias de consumo de la programación televisiva. La población mexicana que habla el inglés recibe programación televisiva directamente de los canales de televisión por cable, mientras que los norteamericanos que no hablan español no consumen programas de televisión en este idioma. Sin embargo, la población mexicana radicada en los Estados Unidos, que por otro lado va en aumento, es consumidor de ambos sistemas televisivos.

Por lo que respecta a los canadienses de origen francés, éstos prefieren la televisión en francés que produce el sistema de medios canadiense, pero los que son bilingües consumen una buena cantidad de televisión norteamericana, y probablemente de manera preferente por sobre la televisión

canadiense de habla inglesa. El factor cultural pues resulta de sumo interés e importancia, ya que a pesar de que la tecnología finalmente ha vinculado de manera irremediable a los tres sistemas televisivos, antes que generar un bloque homogéneo de consumidores en Norteamérica, los receptores insisten en buscar el arraigo en sus raíces culturales y prefieren programación en sus lenguas de origen.

No obstante, los grandes intereses corporativos mediáticos siguen trabajando a marchas forzadas para buscar la vinculación tecnológica y la ampliación de sus mercados. Lo importante es el vehículo tecnológico, el canal de transmisión. Una vez que todos nos encontremos tecnológicamente entrelazados se irán homogeneizando los contenidos.

El gran aglutinador siguen siendo los Estados Unidos y la forma de vida americana. Tanto canadienses como mexica-

nos emigrados a los Estados Unidos cuya lengua materna no es el inglés buscan aprender el idioma para integrarse mejor al sistema económico.

La industria ha reaccionado en el entorno mediático incorporando a talentos en el sistema de medios, de forma que tanto canadienses como mexicanos puedan identificarse mejor con sus culturas de origen<sup>15</sup>. Por otra parte, pese a que los productores norteamericanos no están convencidos de la calidad de la televisión hispana, el proceso de introducción de las audiencias al sistema norteamericano consiste en producir y mercadear productos especialmente diseñados para ellos tomando en consideración sus necesidades de consumo y su cultura.

Hasta aquí podemos deducir que la tecnología, como aliada del sistema económico, es capaz de llevar a los receptores al lugar preciso en el cual, sin importar el origen del producto, es capaz de desarrollar el mismo comportamiento hacia el consumo.

En Canadá las señales de televisión provenientes de las cadenas norteamericanas llegaban a través de la televisión por cable desde los años cincuenta. Hoy en día una buena parte del mercado de la televisión mexicana se recibe por este medio, por lo que, independientemente de las prácticas de los grandes productores mediáticos de la televisión, es importante tomar en cuenta qué es lo que están ha-

14 De 1994 a la fecha el incremento de inversión mexicana en los Estados Unidos por lo que corresponde a la industria de medios se ha incrementado de \$146 millones a \$7 billones de dólares. Tal es el potencial que tiene el mercado norteamericano para la industria de la televisión mexicana, que el Presidente del grupo de televisión más importante de México Televisa y uno de los hombres más ricos de Latinoamérica, está por volverse ciudadano norteamericano a fin de salvar uno de los principales obstáculos legales que pone el gobierno norteamericano para la expansión de su industria de medios en los Estados Unidos. Joseph Contreras. *Making it in America. A tiny elite of Mexican companies is venturing north with its eye on America's huge Hispanic population*. Newsweek. Marzo 10, 2003. pp. 34-36.

15 Son conocidos los casos de actores, comentaristas, comediantes y locutores canadienses y mexicanos que acaban por ser incorporados al star system norteamericano y que pasan a encabezar programas de alto rating. Basta ver CNN en español o los programas de comedia (sit coms) de las grandes cadenas norteamericanas.

ciendo los tres países en términos de interconectar su sistema de telecomunicaciones.

El impulso que se le ha dado a esta industria proviene también, entre otras cosas, de los esfuerzos gubernamentales para establecer patrones de interconexión e intercambio a través de los carriers de telecomunicaciones. No olvidemos el fenómeno de convergencia digital y que actualmente las nuevas tecnologías de comunicación se encuentran mezcladas con los antiguos sistemas de medios. En el caso de la televisión, en la actualidad su señal puede registrarse, transmitirse y reproducirse a través de un sinnúmero de dispositivos tecnológicos que involucran la telefonía, la informática, la computación y las telecomunicaciones.

Por otro lado, la interconexión en esta era de la comunicación global es indispensable para el intercambio económico, de manera que los gobiernos a nivel mundial están más que dispuestos a mover sus sistemas de medios hacia la convergencia y la interconexión. Desafortunadamente, los efectos culturales y sociales de estos procesos de interconexión no son la principal prioridad de los gobiernos. Este aspecto generalmente genera discusión y polémica solamente en circuitos académicos. Los investigadores estamos observando estos fenómenos una vez que han ocurrido y muy poco hemos hecho para lograr que nuestras consideraciones sean escu-

chadas por los órganos de gobierno encargados del diseño de las políticas públicas.

Si bien la interconexión técnica es posible entre los sistemas de telefonía y telecomunicaciones de los tres países y por ende la televisión recibe camino abierto para su difusión libre a través de las fronteras, el trayecto la información y sus efectos solamente es visible a través de las tendencias de consumo que externalizan los mercados. Los investigadores de los medios podemos rastrear el impacto de las industrias culturales de manera indirecta a través del consumo de los productos culturales y no tanto por definición previa de las políticas culturales que operan en cada uno de los tres países. Pese a las buenas intenciones de los legisladores, las políticas públicas en materia de medios y de telecomunicaciones, siempre han ido a la zaga de las intenciones de los mercados económicos y de los intereses de las grandes corporaciones al menos en México. Dichos intereses son en última instancia, siempre de naturaleza política y mercantil<sup>16</sup>.

A pesar de que el desarrollo de la tecnología y de los intereses comerciales en los tres países miembros del TLCAN han sido similares, los gobiernos ese encuentran apenas comenzando a lidiar con las demandas políticas de ciertos grupos y actores políticos. En el caso

de Estados Unidos, la invasión mexicana en la industria de la televisión ha sido vista como una amenaza por parte de las cadenas norteamericanas; en el caso del Canadá hay una larga historia de "defensa de la soberanía cultural" ante la amenaza de los contenidos estadounidenses y en el caso de México existe una cierta discusión para regular la inversión extranjera y la discrecionalidad en el otorgamiento de las concesiones de televisión, más que una preocupación por la "extranjerización" de los contenidos. El hecho es que, entretanto los circuitos culturales toman su propio curso de acción, desarrollando una nueva realidad que puede ser vista fácilmente tanto en la frontera Norte como en la frontera Sur de los Estados Unidos y que eventualmente será de preocupación para el coloso norteamericano.

Así pues, los grandes componentes de la televisión en Norteamérica y el fenómeno que se está gestando actualmente puede ser visto en tres dimensiones: los medios, los modos y los porqués.

La tecnología nos ha provisto de los medios para la comunicación, una comunicación más precisa, más accesible y más rápida; sin embargo están los modos y los usos de la tecnología: En este caso, cada comunidad cultural, la canadiense, la norteamericana y la me-

16 James W. Carey (1992). *Communication as Culture. Essays on Media and Society*. Routledge. Chapman and Hall. pp. 15-16.

xicana la emplean como su propia forma de expresión cultural contribuyendo a los otros ámbitos y comunidades culturales de manera acotada<sup>17</sup>. Y finalmente están los porqués, es decir, las justificaciones políticas para la integración económica en primer término, que nos han llevado a los tres países a efectos y repercusiones culturales y sociales que todavía somos incapaces de atisbar del todo.

En general, y tomando en consideración que la tecnología pudo haber integrado a nuestros tres países fácilmente desde hace mucho tiempo, es asombroso pensar que no

aconteciera así. Nuestras diferencias culturales fueron las que previnieron que la integración sucediera con anterioridad. De manera que, pese a que la tecnología hubiese podido unir a nuestros pueblos desde el Yukón hasta el Suchiate, las condiciones políticas, sociales y culturales del momento no permitieron que esto sucediera.

### Conclusiones

Las tecnologías de comunicación son en este momento esenciales para el desarrollo de cualquier economía. La televisión actual no se parece en nada a la televisión abierta o a su antecedente en la radiodifusión, ya que se ha tornado extremadamente dependiente de la informática, la computación y las telecomunicaciones. Sin embargo, todas estas tecnologías son claves y su desarrollo es crucial para los Estados y sus gobiernos.

Hoy sabemos que la mayoría de las naciones se han abierto al libre comercio y que las tecnologías de información y de comunicación son un motor fundamental para las economías. De tal suerte que, en el caso de las economías de Canadá, Estados Unidos y México resulta fundamental que el sector de las telecomunicaciones y las nuevas tecnologías de información (incluyendo a la televisión y sus futuros desarrollos tecnológicos) crezca a fin de sostener el intercambio comercial en la región. No en balde, en los primeros meses de firmado el TLCAN la inversión extranjera en México nada más en el rubro de las comunicaciones haya crecido en casi un 70%<sup>18</sup>. No es extraño tampoco que los grandes barones de la industria de las telecomunicaciones se estén vinculando con el negocio de la televisión, pues avizoran con claridad el futuro tecnológico del medio<sup>19</sup>.

Para Canadá y los Estados Unidos el fenómeno de convergencia puede ser la única opción natural para el desarrollo de la tecnología de la televisión, pero para México este es simplemente un camino poco explorado por el momento. El TLCAN puede representar, desde luego, la vía de entrada a estos nuevos desarrollos tecnológicos por la vía de la inversión extranjera canadiense y norteamericana en México. De esa forma la integración tecnológica del bloque norteamericano continuaría su curso.

17 Es importante tomar en consideración que la noción de cultura que estamos adoptando en este trabajo es una noción amplia, consistente simplemente en la cultura como expresión autónoma de las comunidades y de los pueblos, en la que intervienen sus aspectos más incluyentes, sus valores, sus costumbres, su lenguaje, sus formas de vida, sus raíces y sus creencias. Así pues, si bien para fines de este trabajo nos referimos a canadienses, norteamericanos y mexicanos, es importante aclarar que reconocemos el vasto mosaico cultural presente al interior de cada uno de estos grupos.

18 María de la Luz Casas Pérez. "Mexican Government Structure and Law on Audiovisual Media" in: Gaetan Tremblay and Jean-Guy Lacroix. 1995. Le Projet Monarque. Étude comparée des industries québécoises et mexicaines de l'audiovisuel. Gricis, p. 42

19 Carlos Slim, el dueño y Director General de Teléfonos de México posee acciones de Televisa, el principal consorcio de la televisión comercial en México.

**Bibliografía**

- **ALDEN, Edward.** *Canada urged to negotiate ways of protecting cultural heritage.* In *The Financial Times*. February 18, London. 1999.
- **AULETTA, Ken.** *Three Blind Mice. How the TV Networks Lost their Way.* Random House. New York. 1991.
- **BARTLETT, Michael.** *The future of News. Interactive News on the Tube.* USC Annenberg. 2002. Online Journalism Review, as consulted on the 25th of October. 2002. <http://www.ojr.org/ojr/future/1024607102.php>.
- **BROWN, Roger.** *ENVIVIO CEMENTS MPEG-4 PACT WITH CABLE PROVIDER* in: *Interactive Television International News*. 2002. <http://www.cedmagazine.com/cedailydirect/0210/cedaily021018.htm#3>
- **Cámara Nacional de la Industria de la Radio y Televisión.** *Antecedentes históricos de la televisión mexicana.* <http://www.cirt.com.mx/historiadelatv.htm>
- **CAREY, James W.** *Communication as Culture. Essays on Media and Society.* Routledge. Chapman and may. 1992.
- **CASAS PÉREZ, María de la Luz.** *Mexican Government Structure and Law on Audiovisual Media* in: Gaetan Tremblay and Jean-Guy Lacroix. (1995). *Le Projet Monarque. Étude comparée des industries québécoises et mexicaines de l'audiovisuel.* Gricis.
- **CASTELLOT DE BALLIN, Laura.** *Historia de la televisión en México. Narrada por sus protagonistas.* Editorial Alpe. 1993.
- **Certus Corporation Press Rerlease.** "National Semiconductor", EnRech and Certus *To Demonstrate Interactive Television Solution* at Comdex Mexico. 2001. <http://www.enreach.com/News/press/051601.html> . *Civilization Ca. Watching TV. A Timeline of television history.* <http://www.civilization.ca/hist/tv/tv02eng.html>
- **CONTRERAS, Joseph.** *Making it in America. A tiny elite of Mexican companies is venturing north with its eye on America's huge Hispanic population.* Newsweek. Marzo 10. 2003.

- **ESTEINOU MADRID, Javier.** *El peso del Tratado de Libre Comercio sobre la cultura nacional.* *Revista Mexicana de Comunicación.* Año Cinco. Número 27. Enero-febrero.1993.
- **FERNÁNDEZ, Claudia y PAXMAN, Andrew.** *El tigre. Emilio Azcárraga y su imperio Televisa.* Editorial Grijalbo. 2000.
- **HINDLEY, Patricia; MARTIN Gail M. y MC-NULTY Jean.** *The tangled Net. Basic Issues in Canadian Communications.* J.J. Douglas Ltd. Vancouver. 1977.
- **ITV marketer.** *Path to profitability. How Cable Companies can achieve attractive returns on iTV services.* In [Http://www.itvmarketer.com/mktres/northamerica/mrna.htm](http://www.itvmarketer.com/mktres/northamerica/mrna.htm)
- **JAMESON, Fredric; y MASAO Miyoshi (editors).** *The Cultures of Globalization.* Duke University Press. Durham and London. 1998.
- **NTN Interactive Network Inc.** Internet Site. [http://www.ntnc.com/2002/index\\_company.asp](http://www.ntnc.com/2002/index_company.asp)
- **ORTÍZ GARZA, José Luis.** *México en Guerra. La historia secreta de los negocios entre empresarios mexicanos de la comunicación, los nazis y EUA.* Editorial Planeta. 1989.
- **SÁNCHEZ DE ARMAS (coord.)** *Apuntes para una historia de la televisión mexicana.* México, D.F. 1998. RMC/Espacio98.
- **Secretaría de Comercio y Fomento Industrial SECOFI.** *Tratado de Libre Comercio de América del Norte.* 1992.
- **SKORNIA, Harry J.** *Television and Society. An inquest and agenda for improvement.* McGraw Hill Book Company. 1965.
- **Sympatico-Lycos. Press Release .** *Sympatico-Lycos to host Canada's first interactive television quiz show* in: [http://www1.sympatico.ca/About\\_Us/press/TV-%20Quiz.html](http://www1.sympatico.ca/About_Us/press/TV-%20Quiz.html). 2001.
- **TREMBLAY, Gaetan y LACROIX Jean Guy.** *Télévision. Deuxième Dynastie.* Presses de l'Université du Québec. 1991.
- **TREMBLAY, Gaetan y LACROIX Jean-Guy.** *Le Projet Monarque. Étude comparée des industries québécoises et mexicaines de l'audiovisuel.* Gricis. 1995.