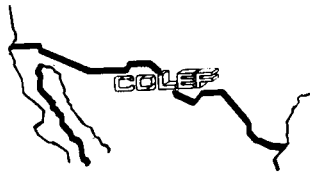


José Carlos Lozano

**Prensa, Radiodifusión e Identidad
Cultural en la Frontera Norte**



**EL COLEGIO DE LA FRONTERA NORTE
TIJUANA, BAJA CALIFORNIA
1991**

Diseño de la portada: Sergio Agraz
Primera edición, 1991
D. R. © El Colegio de la Frontera Norte
Blvd. Abelardo L. Rodríguez 21, Zona del Río
22320, Tijuana, Baja California, México

ISBN 968-6075-33-X

Fotocomposición y formación en Tijuana, B. C.

Hecho en México
Made in Mexico

ÍNDICE

Introducción.....	7
I. Identidad Cultural en la Frontera Norte.....	9
II. La Prensa.....	15
III. La Radio.....	33
IV. Conclusiones.....	55
Bibliografía.....	63

INTRODUCCIÓN

DENTRO de los esfuerzos por entender científicamente las particularidades de la cultura fronteriza del norte de México, se encuentran los estudios sobre los medios de difusión masiva. La preocupación sobre la penetración directa de los medios norteamericanos en las poblaciones fronterizas y su posible impacto en la identidad cultural de sus habitantes han sido, sin duda, temas principales para los investigadores.

La complejidad de estos sistemas de comunicación colectiva, sin embargo, ha impedido evaluar su impacto en las distintas poblaciones ubicadas a lo largo de la línea fronteriza y en las clases y grupos sociales que se encuentran en ellas. El impresionante número de periódicos, estaciones de radio y televisión, salas cinematográficas y tiendas de discos que confluyen en dichas ciudades con mayor intensidad que en el resto del país, hace difícil cualquier intento totalizador por aprehender la importancia de dichos medios.

En este sentido, el presente trabajo pretende contribuir al esfuerzo que en la actualidad realizan distintos investigadores de la cultura fronteriza, y ofrecer de una manera global y sistematizada información preliminar sobre la presencia de dos de los medios de comunicación más importantes en esta región del país, así como de sus características, índices de penetración y uso de los mismos por parte de los habitantes de la frontera.

Se busca, principalmente, realizar un diagnóstico preliminar de los medios de comunicación existentes y concentrar en un solo trabajo aquellas estadísticas, cifras y datos que se encuentran en diversas fuentes primarias y secundarias. La importancia estratégica de esta región del país en términos políticos, económicos y culturales por su cercanía con Estados Unidos, obliga al entendimiento del rol de los medios de comunicación en cada uno de esos fenómenos. Y, resulta evidente, un primer paso lo constituye la elaboración de un diagnóstico global sobre su presencia y penetración.

La elevada concentración de medios en los estados de la frontera norte nos ha obligado por el momento a concentrar la atención en sólo dos de ellos: la prensa y la radiodifusión. Nos hemos visto obligados a dejar para un trabajo posterior el análisis de la televisión y el cine, con el afán de ofrecer mayor profundidad en el estudio de los dos primeros. Investigaciones futuras deberán complementar este diagnóstico pre-

liminar y abordar problemáticas más específicas sobre el papel de diversos medios en diferentes poblaciones fronterizas y en distintos segmentos de su población.

Quizá una de las conclusiones más significativas que aporta este trabajo sea la de comprobar que, a pesar de las diferencias geográficas, económicas, sociales y culturales previsible en los estados fronterizos, parecen existir más similitudes que diferencias en cuanto a la presencia e impacto de los medios en ellos. Los porcentajes de población que leían frecuentemente el periódico, la ubicación de los seis estados entre los primeros diez lugares en número de periódicos, estaciones de radio, horas de transmisión por mil habitantes, índices de alfabetización, etcétera, hablaban de una consistente similitud entre las condiciones de surgimiento y proliferación de los medios, así como de la exposición a ellos por parte de las audiencias.

En cuanto al impacto de los medios de comunicación norteamericanos en la identidad cultural de los fronterizos, el presente estudio ofrece algunas evidencias que tienden a minimizar su importancia. La tremenda proliferación de periódicos y radiodifusoras locales en los estados del norte de México, así como algunos datos sobre la escasa penetración de periódicos y radiodifusoras norteamericanas, parecían ofrecer un correctivo a la visión simplista sobre una supuesta “desnacionalización” cultural propiciada por la cercanía geográfica con Estados Unidos.

Lo anterior, sin embargo, no significa que por el solo hecho de exponerse a medios locales y nacionales los habitantes de esta región -y para el caso los del resto del país- reforzaban sus valores y principios nacionales. En realidad, las conclusiones parecen reorientar el debate sobre la posible pérdida de identidad cultural hacia el contexto más general de la dependencia de los periódicos, radiodifusoras y demás medios en todo el país a las estructuras, prácticas y valores norteamericanos.

I. IDENTIDAD CULTURAL EN LA FRONTERA NORTE

Muy lejos de Dios -y de México- y a unos pocos metros de los Estados Unidos, los habitantes de la frontera tamaulipeca son víctimas -aunque se piensan beneficiarios- de un fenómeno de desnacionalización tan profundo que constituye, sin exagerar, no sólo una amenaza, sino un amago contra la soberanía de México en esa franja divisoria [...]. A diario recibe el fronterizo el brutal impacto de la cultura norteamericana: cine, radio y TV; libros, revistas y periódicos; costumbres y actitudes ante la vida; bocadillos qué comer, ropa que vestir.¹

La década de los ochenta se caracterizó por una gran preocupación sobre cuestiones de identidad cultural y nacional tanto en países en desarrollo como en los industrializados. La principal causa de esta inquietud se relacionó con la expansión y dominación internacional de la comunicación masiva norteamericana y su exitosa penetración en los mercados mundiales. Desde Europa Occidental hasta América Latina, desde Canadá hasta África y la India, académicos y funcionarios

1 José Isabel Candelaria, "La americanización de la frontera norte" en *Momento*, febrero de 1987.

gubernamentales expresaron su temor sobre el impacto social de los productos culturales estadounidenses².

En México -único país en desarrollo que comparte una frontera física con Estados Unidos- el debate sobre la identidad nacional y el impacto de la cultura norteamericana en sus habitantes ha estado presente desde mucho antes, debido a la conflictiva relación fronteriza con el vecino del norte.³ El sentido de pertenencia a la nación mexicana y de lealtad a las instituciones nacionales entre los habitantes se ha considerado en riesgo de erosión debido principalmente a la penetración de los medios de comunicación estadounidenses y/o de sus productos.

Si el temor a la "norteamericanización" se extiende a toda la República,⁴ es en los estados fronterizos de México con Estados Unidos donde el problema se plantea con mayor intensidad. Además de recibir una alta dosis de programas y mensajes de producción norteamericana en sus medios de comunicación nacionales, los fronterizos reciben sin interferencia alguna las señales de numerosas estaciones de televisión y radio ubicadas en el lado norteamericano. Asimismo, tienen acceso a las tecnologías comunicacionales más avanzadas, como antenas parabólicas, videocaseteras, estéreos, televisores, etcétera, disponibles en las tiendas fronterizas de Estados Unidos.

-
- 2 Cfr. Wolfgang Hoffman-Riem, "National Identity and Cultural Values: Broadcasting Safeguards" en *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, vol. 11, núm. 1, 1987; Ullamaija Kivikuro, "From Import to Modelling: Finland -an Example of Old Periphery Dependency" en *European Journal of Communication*, vol. 3, núm. 1, 1988; Philip Schlesinger, "On National Identity: Some Conceptions and Misconceptions Criticized" en *Social Science Information*, vol. 26, núm. 2, 1987; Jean Pierre Desaulniers, "What does Canada Want?" en *Media, Culture & Society*, vol. 9, 1987; Francois Chevaldonne, "Globalization and Orientalism: the Case of TV Serials" en *Media, Culture & Society*, vol. 9, 1987; D. R. Mankekar, *Whose Freedom? Whose Order?: a Plea for NNIO by Third World*. Shakra, Delhi, Clarion Books, 1981; Cees Hamelink, *La aldea trasnacional*. Barcelona, Gustavo Gili, 1981; Luis R. Beltrán, "TV Etchings in the Minds of Latin Americans; Conservatism, Materialism, and Conformism" en *Gazette*, vol. XXIV, núm. 1, 1978; y Mario Margulis, "La cultura popular" en Adolfo Colombres (ed.), *La cultura popular*. México, Premiá Editora, 1984.
 - 3 Cfr. Ramiro Beltrán y Elizabeth Fox de Cardona, *Comunicación dominada*. México, Nueva Imagen, 1981 y Fátima Fernández Christlieb, *Los medios de difusión masiva en México*. México, Juan Pablos, 1982.
 - 4 Véase Jorge G. Castañeda, "El infundado temor a la norteamericanización" en Jorge G. Castañeda y Robert A. Pastor, *Límites en la amistad: México y Estados Unidos*. México, Joaquín Mortiz/Planeta, 1989, pág. 413.

La exposición directa a la cultura y los medios de comunicación vecinos por parte de los mexicanos que residen en la frontera es considerada tan grave, que el gobierno federal, periódicamente, establece programas especiales encaminados a reforzar la "identidad nacional" en la región. En los sesenta, como parte del Programa Nacional Fronterizo (PRONAF), el gobierno mexicano promovió la construcción de museos, centros artísticos y artesanales, así como auditorios en las principales poblaciones fronterizas para exhibir manifestaciones artísticas nacionales y efectuar eventos de carácter cultural.⁵ Más recientemente, la administración de De la Madrid estableció el Programa Cultural de las Fronteras, estrategia federal dedicada a promover manifestaciones culturales "nacionalistas" y apoyar estudios sobre el impacto de los medios en la identidad cultural de los fronterizos. La pertinencia de este programa fue corroborada por la administración de Carlos Salinas de Gortari, quien apoyó decididamente su continuación en el sexenio 1989-1994.

De igual forma, diversos académicos mexicanos discuten continuamente los peligros de la infiltración cultural norteamericana en la región fronteriza, suponiendo que los valores y tradiciones nacionales han sido o están siendo remplazadas por la todopoderosa cultura vecina. La mayoría de las veces, los medios de comunicación masiva norteamericanos son vistos como el brazo ejecutor de la penetración cultural estadounidense. Junto con la cita de Candelaria, incluida al inicio de esta sección, Salas-Porras ilustra esta postura de manera inmejorable:

La fuerza de los medios de comunicación (la prensa, radio y sobre todo la televisión) que literalmente bombardean el dogma de la supremacía norteamericana, fomentan la homogenización, el consumismo, las actividades recreativas más superficiales y los valores de la competencia, la agresividad y el militarismo; y proyectan una imagen distorsionada de la sociedad norteamericana, cuyos recursos económicos, tecnológicos, políticos y militares ilimitados -sugieren de múltiples maneras- garantizan y legitiman su hegemonía.⁶

5 Cfr. Óscar Martínez, *op. cit.*, pág. 120.

6 Alejandra Salas Porras Soule, "La frontera: una larga lucha por la independencia" en Alejandra Salas Porras Soule (coord.), *Nuestra frontera norte ("...tan cerca de los EU")*. México, Nuestro Tiempo, 1989, pág. 39.

De igual opinión son Espinoza y Tamayo, quienes consideran que la proximidad geográfica con Estados Unidos, así como el fácil acceso de los residentes a los medios de comunicación norteamericanos, "alientan que en la frontera norte se estén conformando patrones socioculturales altamente influidos por la sociedad norteamericana en detrimento de la cultura, las costumbres y las tradiciones nacionales...".⁷

Incluso el reconocido intelectual norteamericano Stanley R. Ross, en su introducción a una de las antologías pioneras sobre estudios fronterizos coincidía en señalar a los medios como poderosos vehículos de penetración cultural:

El cine, la radio, la televisión y la prensa de Estados Unidos diseminan en México [...] imágenes de estilos de vida y hábitos de consumo más compatibles con los habitantes al norte de la frontera [...] la penetración cultural inducida por los medios de comunicación no se da por completo de una manera unidireccional; sin embargo, está lejos de manifestar un equilibrio, y aquellos preocupados por la necesidad de mantener la integridad de la propia cultura mexicana se desesperan por la "cocalización" de las regiones fronterizas.⁸

Aunque opiniones como las anteriores abundan en la literatura sobre la frontera norte de México, es muy difícil encontrar investigaciones empíricas que documenten la penetración real de los medios de comunicación norteamericanos en la región fronteriza y -factor más importante aún-, el porcentaje de la población que se expone a ellos. Asimismo, se dan escasas referencias a la disponibilidad de estaciones televisivas y radiofónicas, así como de periódicos y revistas en el lado mexicano de la frontera, a pesar de que determinar su número y penetración permitiría evaluar la presencia de los medios estadounidenses y su impacto en esta región del país.

Es en esta última línea en la que se inserta el presente trabajo. Con el propósito de contar con información confiable y sistemática sobre el impacto de los sistemas de comunicación masiva en la frontera norte, se requiere en principio de un diagnóstico de su presencia. ¿Qué tan determinante es la penetración de los medios norteamericanos? ¿Con

7 Citados en Raúl Béjar Navarro y Héctor M. Capello, *La conciencia nacional en la frontera mexicana*. México, Universidad Nacional Autónoma de México, 1988.

8 Stanley R. Ross, "Introduction" en Stanley R. Ross (ed.), *Views Across the Border*. Albuquerque, University of New Mexico Press, 1979.

qué alternativas locales y nacionales cuentan sus habitantes? ¿Qué evidencias existen sobre la exposición de las audiencias fronterizas a los diferentes medios? Para contribuir a responder estas interrogantes en los casos de la prensa y la radio, este trabajo incluye el análisis de datos publicados por diversas fuentes como el *Censo General de Población 1980*, los directorios de medios impresos y audiovisuales, reportes de instituciones de investigación de audiencias como el *International Research Associates*, anuarios estadísticos e investigaciones realizadas en El Colegio de la Frontera Norte (El COLEF), así como en otras instituciones del país.

Sólo diagnósticos de esta índole podrán empezar a despejar las interrogantes que el sentido común y la especulación acrítica han planteado.

II. LA PRENSA

En una primera instancia, se puede señalar que la prensa fronteriza ha reflejado consistentemente el crecimiento experimentado por la prensa en general a nivel nacional. Como han demostrado Arredondo y Sánchez, Olvera Gómez, Granados Chapa y otros,¹⁰ la publicación de órganos periodísticos en México ha manifestado un crecimiento ininterrumpido desde principios de siglo, y en especial en las décadas más recientes. Para dar una idea, basta señalar que a principios de 1970 se contaba con 202 periódicos a nivel nacional,¹¹ cifra que para 1990 llegaba a los 329 medios impresos.¹²

Este crecimiento, sin embargo, está lejos de haber sido homogéneo y acorde con las necesidades reales de la población. Por lo general, el grueso de los medios impresos se concentró en unas cuantas regiones, entre ellas, como veremos más adelante, el norte del país. Según Trejo Delarbe, en 1987 el 65 por ciento del tiraje de todos los diarios del país se concentraba tan sólo en seis entidades: Tamaulipas, México, Nuevo León, Veracruz, Jalisco, y el Distrito Federal.¹³

En este panorama complejo y desbalanceado, los estados de la frontera norte presentaban en 1990 un comportamiento bastante homogéneo entre sí en cuanto al número de periódicos existentes, con una clara concentración de títulos periodísticos: casi el doble del por ciento de población nacional que habitaba en ellos.¹⁴

10 Pablo Arredondo y Enrique Sánchez Ruiz, *Comunicación social, poder y democracia en México*. Guadalajara, Universidad de Guadalajara, 1987; Óscar Olvera y Pablo Gómez, "Industria y consumo del mensaje impreso" en *Connotaciones*, vol. 1, núm. 3. México, El Caballito, 1982; Miguel A. Granados Chapa, *Examen de la comunicación en México*. México, El Caballito, 1981.

11 Cfr. Pablo Arredondo y Enrique Sánchez Ruiz, *op. cit.*

12 Cfr. *Tarifas y datos: medios impresos*. México, Medios Publicitarios Mexicanos, 1990.

13 Raúl Trejo Delarbe, en *El Cotidiano*, núm. 18, julio-agosto de 1987, pág. 206.

14 En su amplio estudio sobre los medios de comunicación en México, Karin Bohmann concluía lo siguiente sobre la prensa: "En tendencia, los estados sureños, pobres y económicamente marginados [...] se encuentran muy desabastecidos, y los estados del norte, que se encuentran más integrados al proceso económico nacional, están mucho mejor provistos de periódicos". Karin Bohmann, *Medios de comunicación y sistemas informativos en México*. México, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes y Alianza Editorial Mexicana, 1989, pág. 132.

De los mencionados 329 periódicos (entre matutinos, vespertinos y semanarios) que existían a principios de 1990 en el país, un análisis por estados permitía determinar que el 28 por ciento correspondía a las seis entidades fronterizas, pese a que éstas representaban en 1985 solamente el 16.3 por ciento de la población nacional (véanse cuadros 1, 2, 3 y 4).

CUADRO 1				
NÚMERO DE PERIÓDICOS EN MÉXICO POR ENTIDAD FEDERATIVA:				
1990				
Entidad	Matutinos	Vespertinos	Semanarios	Total
Distrito Federal	18	6	5	29
Tamaulipas	20	3	1	24
Coahuila	15	2	3	20
Veracruz	20			20
Nuevo León	12	2	4	18
Michoacán	14		4	18
Guanajuato	14	3		17
Sinaloa	13	2		15
México	8	5	2	15
Jalisco	8	1	5	14
Chihuahua	10	2	1	13
Guerrero	9		2	11
Sonora	8	1	1	10
Chiapas	10			10
Baja California	7	2		9
Durango	8	1		9
Morelos	5		3	8
Colima	8			8

Puebla	6	1	1	8
Oaxaca	6			6
Campeche	5	1		6
San Luis Potosí	6			6
Tabasco	5			5
Nayarit	4	1		5
Hidalgo	2		2	4
Querétaro	3	1		4
Zacatecas	4			4
Yucatán	4			4
Aguascalientes	3			3
Baja California Sur	3			3
Quintana Roo	2			2
Tlaxcala	1			1
TOTAL	261	34	34	329

Fuente: *Directorio de Medios Impresos, Medios Publicitarios Mexicanos*, febrero de 1990.

CUADRO 2								
NÚMERO DE PERIÓDICOS NACIONALES Y DE ESTADOS FRONTERIZOS: 1990								
México	Matutinos		Vespertinos		Semanarios		Total	
Edos. Fronts.								
México	261	100%	34	100%	34	100%	329	100%
Edos. Fronts.	72	28	12	54	10	41	94	28

Fuente: cantidades y porcentajes estimados a partir de la información proporcionada por el *Directorio de Medios Impresos, Medios Publicitarios Mexicanos*, febrero de 1990.

CUADRO 3
NÚMERO DE PERIÓDICOS, ESTADOS FRONTERIZOS: 1990

Entidad	Matutinos	Vespertinos	Semanarios	Total
Tamaulipas	20 28%	3 25%	1 10%	24 26%
Coahuila	15 21	2 17	3 30	20 22
Nuevo León	12 17	2 17	4 40	18 17
Chihuahua	10 14	2 17	1 10	13 14
Sonora	8 11	1 8	1 10	10 11
Baja Calif.	7 10	2 17		9 10
TOTAL	72 100%	12 100%	10 100%	94 100%

Fuente: *Directorio de Medios Impresos, Medios Publicitarios Mexicanos*, febrero de 1990.

CUADRO 4
POBLACIÓN EN LOS ESTADOS FRONTERIZOS: 1990

Entidad	Población	% total nacional
REPÚBLICA MEXICANA	81 140 922	100
EDOS. FRONTERIZOS	13 222 146	16.3
Tamaulipas	2 244 208	2.8
Coahuila	1 971 344	2.4
Sonora	1 822 247	2.2
Chihuahua	2 439 954	3.0
Baja California	1 657 927	2.0
Nuevo León	3 086 466	3.8

Fuente: *Resultados Preliminares del XI Censo General de Población y Vivienda, 1990*. México, Instituto Nacional de Geografía e Informática, 1990.

Tamaulipas, Coahuila y Nuevo León se encontraban en los primeros lugares a nivel nacional en número de órganos informativos con 24, 20 y 18, respectivamente. En décimo primer lugar y décimo tercer lugar aparecían Chihuahua y Sonora (13 y 10) y en décimo quinto lugar Baja Califor-

nia (9). Esto permitía detectar más claramente la intensa presencia de estos medios impresos en la región.

De los seis estados fronterizos, Tamaulipas contaba con el mayor número de periódicos (20 matutinos, 3 vespertinos y 1 semanario). Le seguían Coahuila (15 matutinos, 2 vespertinos y 3 semanarios), Nuevo León (12 matutinos, 2 vespertinos y 4 semanarios) y Sonora (8 matutinos, 1 vespertino y 1 semanario).¹⁷

Aunque resulta necesario llevar a cabo estudios de carácter económico-político sobre la estructura, propiedad y control de los medios en estos estados, una explicación tentativa sobre esta fenomenal proliferación de medios impresos (y como se verá, de medios audiovisuales) parece hallarse en la privilegiada situación económica nacional que de manera constante han mostrado los estados fronterizos. Según datos del Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI), las dos Bajas Californias, Sonora, Chihuahua y Nuevo León presentaban en 1980 los niveles de ingresos *per cápita* más altos de todo el país. La única entidad restante que presentaba el mismo nivel era el Estado de México. Tamaulipas y Coahuila aparecían con niveles intermedios, lejos aún del nivel de bajos ingresos característico de muchos estados del interior del país.¹⁸

Otro factor que aparentemente incidía en forma significativa era la situación de proximidad geográfica de estos estados con Estados Unidos. La intensa actividad comercial manifestada en la región, aunada a la relativa facilidad de adquirir maquinaria y equipo del lado norteamericano, se perfilaban como variables explicativas.

La Prensa en las Ciudades Fronterizas

Al concentrar la atención exclusivamente en las ciudades fronterizas más importantes, se advierte que éstas contaban en 1990 con la impresionante cantidad de 35 órganos informativos de diversa periodicidad, cifra equivalente al 10.6 por ciento del total de periódicos en el país (véase Cuadro 5).

Tijuana y Reynosa eran las ciudades fronterizas con mayor número de periódicos (6) seguidas muy de cerca por Ciudad Juárez (5). Las otras ciudades fronterizas tamaulipecas contaban con una cantidad respetable

17 Véase Cuadro 3.

18 En *The Economist*, 1987, pág. 5.

de órganos informativos. Nuevo Laredo tenía 5 periódicos y Matamoros 3 (véanse cuadro 5 y 6).

Desafortunadamente no era posible obtener datos confiables sobre la circulación real de estos periódicos. El afán de sus editores por captar anunciantes nacionales y norteamericanos, al parecer, los motivaba a declarar cifras de tiraje enteramente desproporcionadas. Es indudable, sin embargo, que la presencia y penetración de la prensa en los municipios fronterizos eran muy intensas y mayores que las experimentadas en otras regiones de la provincia. El solo número de periódicos, su tamaño y su amplio uso como vehículos publicitarios por el comercio local y norteamericano vecino, permitían determinar su importancia estratégica en la socialización y cultura de los habitantes de la región.

CUADRO 5
NÚMERO DE PERIÓDICOS EN CIUDADES FRONTERIZAS: 1990

Edo/Ciudad	Matutinos	Vespertinos	Semanarios	Total
República Mexicana	261 100%	34 100%	34 100%	329 100%
Ciudades fronterizas	29 11	5 14%	1 3%	35 10.6
Tijuana, B.C.	5	1		6
Mexicali, B.C.	2	1		3
S. Luis R.C, Son.	1			1
Nogales, Son.	1			1
Cd. Juárez Chih.	4	1		5
Cd. Acuña, Coah.	1			1
P. Negras, Coah.	2			2

Nvo. Laredo, Tam.	4	1	5
M. Alemán, Tam.	1		1
Reynosa, Tam.	5	1	6
Río Bravo, Tam.			1
Matamoros, Tam.	3		3

Fuente: *Directorio de Medios Impresos, Medios Publicitarios Mexicanos*, febrero de 1990.

CUADRO 6			
CIRCULACIÓN DE PERIÓDICOS EN LAS CIUDADES FRONTERIZAS:			
1990			
Edo./Ciudad	Periódico	Tiraje*	
		Diario	Semana
BAJA CALIF.			
Tijuana	<i>El Mexicano</i> (mat.)	80 000	
	<i>Últimas noticias</i> (vesp.)	45 000	
	<i>ABC</i> (mat.)	50 000	
	<i>El Herald</i> de B. C. (mat.)	25 000	
	<i>Baja California</i> (mat.)	55 000	
	<i>Zeta</i> (semanario)		120 000**
	<i>El Sol</i> de Tijuana (mat.)	50 000	
		305 000	
Mexicali	<i>La Voz de la Frontera</i> (mat.)	65 000	(ABC)
	<i>Novedades</i> de B. C. (mat.)	25 000	
	<i>El Centinela</i> (vesp.)	15 000	
		105 000	
SONORA			
S. Luis Río Col.	<i>Tribuna</i> de San Luis (mat.)	12 000	

Nogales	<i>La Voz del Norte</i> (mat.)	20 000
CHIHUAHUA		
Cd. Juárez	<i>Diario de Juárez</i> (mat.)	80 000
	<i>Diario de la Mañana</i> (mat.)	40 000
	<i>El Fronterizo</i> (mat.)	24 500
	<i>El Universal</i> (mat.)	30 000
	<i>El Mexicano</i> (vesp.)	30 000
		204 500
COAHUILA		
Cd. Acuña	<i>Zócalo</i> (mat.)	22 000
Piedras Negras	<i>El Diario</i> (mat.)	33 000
	<i>Zócalo</i> (mat.)	43 300
		98 300
TAMAULIPAS		
Nuevo Laredo	<i>El Diario</i> (mat.)	49 727
	<i>El Mañana</i> (mat.)	60 000
	<i>Laredo Ahora</i> (mat.)	37 000
	<i>El Correo</i> (vesp.)	17 337
	<i>La Tarde</i> (vesp.)	10 000***
		174 064
Miguel Alemán	<i>El Tiempo</i> (mat.)	5 000
Reynosa	<i>El Mañana</i> (mat.)	65 000
	<i>La Prensa</i> (mat.)	57 000
	<i>La Tarde</i> (vesp.)	30 000
	<i>El Tiempo</i> (mat.)	10 000
	<i>Noticias</i> (mat.)	19 000
	<i>Valle del Norte</i> (mat.)	35 000
		216 000

Río Bravo	<i>El Independiente</i> (sem.)		10 500
Matamoros	<i>El Bravo</i> (mat.)	60 000	
	<i>La Opinión</i> (mat.)	68 000	
	<i>Y Punto</i> (mat.)	40 000	
		168 000	
TOTAL		1 222 564	130 500

Fuente: datos calculados a partir de la información proporcionada por el *Directorio de Medios Impresos*, Medios Publicitarios Mexicanos, febrero de 1990.

*Puesto que los tirajes no están certificados, reflejan en la mayoría de los casos cifras sumamente abultadas.

**Estos periódicos siguen publicándose, pero no aparecen en el directorio de medios de 1990. Las cifras de circulación corresponden a las señaladas en la edición de febrero de 1986.

*** Véase la nota anterior.

Los periódicos más importantes de la franja fronteriza eran *El Mexicano* de Tijuana (fundado en 1959 y con tiraje declarado de 80 000 ejemplares), *La Voz de la Frontera* (fundado en 1964 y único periódico fronterizo certificado por la Audit Bureau of Circulation, con 65 000 ejemplares), *El Diario de Juárez* (fundado en 1976 y con un tiraje declarado de 80 000), *El Diario* de Nuevo Laredo (fundado en 1948 y con un tiraje declarado de 49 727), *El Mañana* de Nuevo Laredo (fundado en 1932 y con un tiraje declarado de 60 000), *El Mañana* de Reynosa (fundado en 1948 y con un tiraje declarado de 65 000), *El Bravo* de Matamoros (fundado en 1951 y con un tiraje declarado de 60 000) y *La Opinión* de Matamoros (fundado en 1971 y con un tiraje declarado de 68 000).

Un caso especial lo constituía *Zeta*, semanario de Tijuana, surgido en 1983 en situación similar a *Proceso*, semanario nacional. *Zeta* fue fundado por Jesús Blancornelas y un equipo de colaboradores que renunciaron al matutino *ABC*, cuando la cooperativa de este periódico desconoció a Blancornelas como director general. Según los editores del semanario, los cooperativistas seguían instrucciones de Bob de la Madrid, entonces gobernador del estado de Baja California. En 1986, el semanario constituía un auténtico éxito con un tiraje declarado de 120 000 ejemplares por edición.

Otro acontecimiento que parece evidenciar las presiones políticas a las que se enfrenta la prensa en la frontera se suscitó en noviembre de 1986, cuando la editora del *Diario* de Ciudad Juárez despidió a 11 miembros del

departamento de información general. Según la versión de la editora Paso del Norte (propietaria además del *Diario de Chihuahua* y de *El Diario de Nuevo Casas Grandes*, Chihuahua), el despido de los 11 se debió a su falta de experiencia en los puestos a ellos asignados por el recién nombrado director general Elías Montañez Alvarado. Éste, sin embargo, renunció en solidaridad (junto con otros 13 periodistas) y acusó a la empresa de haber cedido a presiones de Fernando Baeza, gobernador del estado, quien se encontraba profundamente irritado por la línea crítica que Montañez había iniciado en el *Diario*.

Oswaldo Rodríguez Borunda (propietario del *Diario*) se entrevistó con el gobernador Fernando Baeza el viernes 7 de noviembre, es decir, 72 horas antes de deshacerse de los periodistas más críticos de su feudo. Fue, ése, un primer encuentro después de largos meses de distanciamiento entre la Editora Paso del Norte y el ahora mandatario estatal [...] En una reunión que sostuvo con los fotógrafos del periódico, el propietario de la Editora Paso del Norte admitió que el gobernador Baeza se había enojado con el *Diario de Juárez* y que eso no era conveniente para los intereses de la empresa. Y dijo que por eso había sido necesario sacar a los reporteros que estaban dando problemas.¹⁹

Los periódicos matutinos fronterizos de esta manera, se caracterizaban en su mayoría por una amplia presencia de publicidad local y norteamericana, y por un tono político exageradamente respetuoso respecto del partido dominante a nivel nacional y estatal, con ocasionales discrepancias y ataques políticos a las autoridades locales.

Por otro lado, no parecía presentarse en forma significativa el fenómeno de concentración periodística que caracteriza a la prensa actual de Estados Unidos, o a la prensa de provincia en México. Los principales periódicos fronterizos eran independientes de las cadenas nacionales de periódicos y en la mayoría de los casos constituían negocios únicos de sus propietarios. En otros, contaban con uno o dos periódicos más en el estado, como en el caso del *Diario de Juárez* y el *Zócalo* en las ciudades fronterizas de Coahuila, o con estaciones de radio, como *El Diario* de Nuevo Laredo. El periódico de la cadena *Novedades* de Mexicali quedaba en un claro segundo lugar ante *La Voz de la Frontera*; *El Fronterizo* de

19 Elías Montañez Alvarado, "El conflicto en el *Diario*" en *Revista Juárez*, vol. 3, núm. 36, 1987, pág. 5.

Ciudad Juárez (de la cadena Organización Editorial Mexicana -OEM-) se encontraba en la misma situación ante el poderoso *Diario* de esa misma población. Ninguno de los periódicos fronterizos tamaulipecos pertenecía a cadenas nacionales, y entre ellos sólo existían vínculos (aunque sin concentración de mando y recursos financieros) entre *El Mañana* de Nuevo Laredo y el de Reynosa.

La mayoría de los periódicos en esta región presentaba formatos y estructura de inspiración norteamericana (fenómeno también patente en muchos de los periódicos del interior), así como impresión en sistema *offset* con significativo uso del color.²⁰ Las fuentes informativas internacionales predominantes eran la Associated Press y la United Press, y las nacionales *Excélsior*, Organización Editorial Mexicana (OEM), Notimex, Servicio Universal de Noticias (SUN) y Lemus. Los periódicos más importantes usaban los servicios de una amplia gama de agencias informativas, mientras que los pequeños se contentaban con las más económicas, como Notimex y *Excélsior*. *El Diario* de Juárez, por ejemplo, contaba a fines de 1989 con 12 servicios informativos, incluyendo agencias norteamericanas, noruegas, alemanas, italianas, francesas y españolas.²¹ *El Diario* de Nuevo Laredo, por su parte, incluía a fines de 1990 notas de las cadenas nacionales SUN, OEM y Notimex, y de las internacionales AP, UPI y ANSA. En esas mismas fechas, *El Mañana* de Reynosa usaba los servicios nacionales de Lemus, SUN, y *Excélsior* y los internacionales de Reuter, AP y UPI.

20 Un investigador norteamericano, Bob M. Gassaway, después de hacer un estudio de los periódicos diarios de Ciudad Juárez concluía: "Los directores de periódicos de Ciudad Juárez han escogido una imagen peculiarmente moderna para sus periódicos, seleccionando diseños que se asemejan más al enfoque modular y colorido del periodismo norteamericano que al tradicional diseño de la prensa decana de la Ciudad de México". Bob M. Gassaway, "Information in News and Ads Provides a Competitive Advantage: a Study of Newspapers in a Major Mexican Border City" (ponencia presentada en el Southwest Symposium for Journalism and Mass Communications en la Universidad Estatal de Arizona, octubre de 1989, pág. 2).

21 Bob M. Gassaway, *op. cit.*, pág. 4.

Indicadores de Exposición a la Prensa

El Censo General de Población de 1980 ofrece una importante aunque limitada información para detectar los patrones de exposición a la prensa de los fronterizos. En particular, resultan útiles los datos que ofrece sobre la lectura de periódicos por la población nacional, ya que reagrupados para ilustrar el caso de las entidades fronterizas permiten identificar la presencia y el comportamiento de esta variable, en comparación con el resto del país.

Al igual que en la presencia de órganos informativos, la frontera norte de México mostraba patrones sumamente elevados y homogéneos de lectura periodística. Nuevo León, Tamaulipas, Coahuila, Baja California y Sonora ocupaban en 1980 los primeros cinco lugares a nivel nacional en lectura de periódicos. El estado restante, Chihuahua, aparecía en el décimo lugar (véase Cuadro 7). De esta manera, el elevado porcentaje de órganos informativos característico de la región, se correlacionaba en forma impresionante con los índices de lectura de sus habitantes.

La importancia de lo anterior se advertía de manera aún más clara al determinar el porcentaje nacional de lectura de periódicos y compararlo con el porcentaje de lectura en los estados fronterizos. Mientras que en general sólo el 28 por ciento de la población mexicana de 15 años o más acostumbraba leer el periódico en ese año, en esta región del país el porcentaje se disparaba hasta el 42.2 por ciento, con el estado de Nuevo León reflejando el mayor porcentaje individual; 51.6 por ciento (véase Cuadro 8). Los porcentajes de población alfabeta de estos seis estados, congruentemente, eran de los más altos del país. Llamaba la atención el décimo sexto lugar en lectura de periódicos del Distrito Federal a pesar de contar con el más alto grado de alfabetismo en el país, el 94 por ciento (véase Cuadro 7).

Un análisis por grupos de edad reflejaba, asimismo, una consistente uniformidad a lo largo de los estados fronterizos. Su población de 15 a 19 años representaba el mayor segmento de lectores con la cifra de 1 262 800 equivalente al 48.2 por ciento del total de personas que acostumbraban leer el periódico. En segundo lugar aparecía el grupo de 30 a 44 años de edad, incluyendo a 739 921 personas, o el 28.3 por ciento. 408 390 personas de 45 a 59 años de edad (15.6 por ciento) y 207 996 (7.9 por ciento) leían con cierta regularidad algún periódico. En estos términos estrictamente cuantitativos, el grueso del público en la región era representado por los jóvenes (véase Cuadro 9).

Cabe aquí hacer mención de los resultados de la Encuesta Tensiones Sociales I efectuada por El Colegio de la Frontera Norte (en ese entonces CEFNOMEX) y el Consejo de Recursos para la Atención de la Juventud (CREA) en 1983, investigación pionera sobre aspectos socioeconómicos y culturales de los jóvenes en la frontera norte. La encuesta permitió determinar, entre muchas otras cosas, que los jóvenes de Tijuana, Ciudad Juárez y Matamoros leían los periódicos diariamente en mayor proporción incluso que los jóvenes de la cosmopolita Ciudad de México.²²

Regresando al Cuadro 9, un análisis por sexo permite determinar que, al menos en estas entidades, la lectura periodística se hallaba balanceada en un alto grado, con leve predominio del sexo masculino. Sobresalía el grado de concentración de los porcentajes alrededor de la media de cada estado, con una desviación estándar de .75 para el resultado global de lectores masculinos de 54.6 por ciento y de .71 para el de lectoras (véase Cuadro 9). En este sentido, se podía afirmar con cierta seguridad que a lo largo de los seis estados, el 54.6 por ciento de los lectores eran de sexo masculino y el restante 45.4 por ciento del sexo femenino.

CUADRO 7			
POBLACIÓN DE 15 AÑOS O MÁS QUE ACOSTUMBRA LEER EL PERIÓDICO: 1980			
Estado	Población total	Población alfabetada %	Población que lee el periódico %
Nuevo León	1 461 424	92.6	51.6
Tamaulipas	1 120 839	90.2	43.8
Coahuila	886 579	92.0	43.3
B. California	698 435	93.2	39.4
Sonora	877 444	91.3	38.0

22 Cfr. Jorge A. Bustamante, *Tensiones sociales en la frontera norte y en la Ciudad de México*. Tijuana, CEFNOMEX, 1983, págs. 50-52 (inédito).

Sinaloa	1 019 890	85.8	34.8
B. Calif. Sur	122 340	92.4	34.3
Quintana Roo	123 579	82.9	34.2
Campeche	235 904	82.8	33.3
Chihuahua	1 167 443	90.9	32.6
Veracruz	3 096 437	76.4	32.3
Aguascalientes	283 635	89.0	31.1
México	4 189 685	86.1	30.4
Colima	194 283	87.0	28.9
Durango	637 045	89.6	27.6
Distrito Federal	5 560 684	94.0	27.5
Querétaro	395 224	73.8	27.0
Morelos	542 854	82.9	25.8
Jalisco	2 474 499	85.3	24.7
San. Luis Potosí	917 787	78.2	24.7
Guanajuato	1 683 309	75.7	22.1
Nayarit	394 471	83.5	22.0
Tlaxcala	307 118	82.9	21.4
Puebla	1 872 128	72.4	20.3
Tabasco	572 726	81.9	20.1
Hidalgo	852 896	70.0	17.8
Michoacán	1 575 421	74.6	15.5
Guerrero	1 153 113	64.0	14.6
Oaxaca	1 343 725	63.5	13.7
Chiapas	1 177 202	59.5	11.9
Zacatecas	588 735	84.8	14.7

Fuente: datos calculados a partir de la información proporcionada por los reportes estatales del *Censo General de Población y Vivienda 1980*, SPP-INEGI.

CUADRO 8
POBLACIÓN DE 15 AÑOS O MÁS QUE ACOSTUMBRA LEER EL PERIÓDICO EN ESTADOS FRONTERIZOS: 1980

Estado	Población total	Población alfabetada %	Población que lee el periódico %
Nuevo León	1 461 424	92.6	51.6
Tamaulipas	1 120 839	90.2	43.8
Coahuila	886 579	92.0	43.3
B. California	698 435	93.2	39.4
Sonora	877 444	91.3	32.6
Chihuahua	1 167 443	90.9	32.6
TOTAL	6 212 164	91.6	42.2

Fuente: datos calculados a partir de la información proporcionada por los reportes estatales del *Censo General de Población y Vivienda 1980*, SPP-INEGI.

CUADRO 9
POBLACIÓN DE 15 AÑOS O MÁS QUE ACOSTUMBRA LEER EL PERIÓDICO EN LOS ESTADOS FRONTERIZOS, POR GRUPO DE EDAD Y SEXO: 1980

Edad	Tamaulipas		Nuevo León		Coahuila		Chihuahua	
	H	M	H	M	H	M	H	M
15-29	24%	23%	27%	22%	26%	29%	24%	22%
30-44	15	13	16	13	16	13	16	12
45-59	9	7	8	6	9	7	9	7
60-más	9	3	4	4	5	3	5	4
Ttl (%)	54	46	55	45	55	45	54	46
	491 096		753 988		383 852		381 154	
	100%		100%		100%		100%	
Edad	Sonora		Baja Calif.		Totales		Total	
	H	M	H	M	H	M		
15-29	26%	24%	25%	22%	26	23	1 262 880	
							42.8%	

30-44	16	12	16	12	16	13	739 921 28.3%
45-59	9	6	10	7	9	7	408 390 15.6%
60-más	4	3	4	3	5	3	207 996 7.9%
Ttl %	55	45	56	44	55	45	
	333 741		275 356		2 619 187		
	100%		100%		100%		

Fuente: datos calculados a partir de la información porporcionada por los reportes estatales del *Censo General de Población y Vivienda 1980*, SPP-INEGI.

Desafortunadamente, aparte de estos resultados del censo, eran muy escasas las evidencias sobre patrones de exposición a la prensa de las audiencias fronterizas. Poco se sabía, por ejemplo, sobre qué periódicos y de qué procedencia preferían leer. El costo de llevar a cabo encuestas globales con una metodología compatible y con escalas de confiabilidad aceptables ha impedido hasta la fecha (como en la mayor parte del país) detectar esos patrones de preferencia.

Ciertas evidencias indirectas, sin embargo, permiten una cautelosa aproximación al tema. En primer lugar, la existencia de los numerosos periódicos ya reseñados anteriormente, y sus respectivos tirajes (aun alterados permiten detectar la importancia de su penetración), constituían una muestra valiosa de su captación en las audiencias fronterizas. En segundo lugar, el tiraje de los periódicos norteamericanos vecinos en las ciudades fronterizas mexicanas era definitivamente bajo. Su circulación total en el lado mexicano era insignificante. Ciudad Juárez, con una población de 797 679 habitantes,²³ tenía en noviembre de 1990 una circulación combinada de *El Paso Times* y *El Herald Post* de 400 ejem-

23 Según datos preliminares del *XI Censo General de Población y Vivienda*, México, Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática, 1990.

plares diarios entre semana y de 625 los domingos.²⁴ En Nuevo Laredo, en esas mismas fechas, la circulación del *Laredo Morning Times* no llegaba a las 1000 copias para una población de 217 912 habitantes.²⁵ Y en Matamoros, con 303 392 habitantes, *El Brownsville Herald* distribuía cerca de 1 500 ejemplares en noviembre de 1990.²⁶ En contraste, en las ciudades norteamericanas vecinas se vendía un número mucho mayor de periódicos fronterizos mexicanos. En El Paso, Texas, por ejemplo, los 5 diarios de Ciudad Juárez vendían en conjunto entre 15 000 y 16 000 ejemplares.²⁷ Los temores a una infiltración ideológica norteamericana en las poblaciones de la frontera norte vía la prensa, así, parecían infundados.

24 Según fuentes relacionadas con la distribución de *El Paso Times* en Ciudad Juárez. En contraste, *El Paso Times* tiraba 63 mil ejemplares entre semana y 117 mil los domingos en El Paso, según voceros del propio periódico.

25 Según fuentes relacionadas con la distribución del *Laredo Morning Times* en Nuevo Laredo.

26 Según voceros del propio periódico. A esa cantidad hay que restarle las devoluciones, por lo que la cantidad efectiva de circulación debía ser menor.

27 Véase Bob M. Gassaway, *op. cit.*, pág. 5.