

## Medios de comunicación en la Frontera Norte

José Carlos Lozano\*

En algunos medios académicos se piensa todavía que los habitantes de la frontera norte de México aman locamente el *american way of life*, son protestantes o ateos, tienen posters de Reagan y Rambo en sus casas, escuchan el *Top Ten* norteamericano, ven en la televisión desde *He Man* y los *GI Joes* hasta *Simon and Simon*, y le dan más importancia al Día de la Coneja que al de la Virgen de Guadalupe.

Todas estas creencias y muchas más han resultado falsas o distorsionadas al enfrentarse a evidencias producto de investigaciones sistemáticas y confiables sobre el fenómeno cultural fronterizo. De esta manera, las hipótesis apresuradas sobre la plena integración del residente de la frontera norte a la ideología y los medios de comunicación norteamericanos, debido a la cercanía geográfica con ese país, se han derrumbado por haber omitido análisis más serios y amplios.

En realidad, los habitantes de la frontera norte parecen brindar una mayor exposición a los medios de comunicación masiva nacionales que los habitantes del interior del país. Estudios realizados en el Colegio de la Frontera Norte (antes CEFNOMEX) desde 1983 han demostrado lo anterior, mediante encuestas realizadas en las principales poblaciones ubicadas junto a la línea fronteriza con los Estados Unidos.

En la encuesta *Tensiones Sociales* levantada a fines de 1983 entre la población joven de Tijuana, B.C., Ciudad Juárez, Chih., Mata-

\* Investigador, El Colegio de la Frontera Norte; Vocal, AMIC. (1987-1989).

mos, Tam. y el D.F. (para propósitos comparativos), por ejemplo, se encontró que los jóvenes de la capital del país, en términos generales, preferían en mayor grado la televisión norteamericana que los fronterizos (Bustamante, 1983: 59); aunque como mencionaré más adelante, los jóvenes de clase alta, fronterizos o capitalinos, tendían a exponerse mucho más significativamente a la televisión estadounidense que los de clase baja.

En esta misma dirección apuntaron los hallazgos del trabajo de la Maestra Amelia Malagamba Ansótegui sobre el impacto de la Televisión en la socialización de los niños de Tijuana, Baja California. Con una maestra de 300 niños de cuarto año de primaria, Malagamba encontró que la población infantil de ese nivel mostraba una mayor preferencia por programas originales y producidos en México que por los programas originados y producidos en Estados Unidos (Malagamba, 1984: 10).

De la misma manera, los resultados obtenidos por el autor de este trabajo al analizar como cosa de estudio los medios de comunicación de Nuevo Laredo, Tamaulipas, tendieron a confirmar que los fronterizos prefieren los sistemas de comunicación colectiva locales y nacionales sobre los norteamericanos. Las estaciones radiofónicas norteamericanas ocupan un sexto lugar en auditorio de nivel A/B/C (clase mediana alta) y un octavo en nivel D (clase baja), demostrando su falta de aceptación. La circulación de los periódicos matutinos de Laredo, Texas, en el lado mexicano apenas si llegaba a las 5,500 copias, contra un mínimo de 22,000 ejemplares diarios combinados de los tres matutinos locales (Lozano, 1986: 14 y 66).

Las conclusiones anteriores se ven reforzadas, luego de realizar un somero análisis de presencia y penetración de los medios de comunicación en los estados y poblaciones fronterizas. Según datos obtenidos por el autor de este artículo en esta región del país se da una impresionante concentración de periódicos, estaciones de radio y de televisión, así como salas cinematográficas.

Con una población equivalente al 16.3 por ciento del total nacional, los seis estados fronterizos (Baja California, Sonora, Chihuahua, Coahuila, Nuevo León y Tamaulipas) contaban en 1986 con el 31 por ciento del total de periódicos registrados en el Directorio de Medios Publicitarios Mexicanos (*cf.* MPM, 1986). Es decir, el 31 por ciento de los periódicos mexicanos se destinaban a satisfacer las necesidades informativas del 16 por ciento de la población.

El mismo caso se repetía en cuanto a la presencia de estaciones de radio y televisión. Los seis estados contaban en 1986 con el 33 por ciento del número total de radiodifusoras y el 36 por ciento de

estaciones televisivas. Nuevamente, se duplicaba el número de medios existentes, comparándolos con el porcentaje que representaban de la población del país (*cf.* Lozano, 1987).

Estos hallazgos y algunos más obtenidos por otros estudiosos de la frontera norte, parecen derrumbar consistentemente los temores de infiltración ideológica directa en las poblaciones fronterizas, debido a su cercanía geográfica con los Estados Unidos.

Concluir en base a lo anterior que la identidad cultural en la frontera norte está salvaguardada, sin embargo, sería un grave error. La marcada dependencia de estos medios hacia estructuras, prácticas, tecnología y valores profesionales norteamericanos establece que el riesgo de penetración cultural extranjera permanece vigente.

Las anteriores conclusiones contribuyen, más bien, a reorientar el estudio sobre la comunicación y la cultura fronteriza, y a incorporarlo al debate más general sobre el flujo vertical y unidireccional de productos culturales de EE.UU. hacia países en vías de desarrollo como México.

En efecto, un análisis más a fondo de las características de los medios de comunicación locales y nacionales a los que se exponen los fronterizos, demuestra que, en la mayoría de los casos, reproducen con admirable fidelidad los patrones de programación, contenidos y estructuras de los *mass media* norteamericanos.

El tratamiento de la información como mercancía; la supremacía del interés lucrativo sobre el interés social; la producción y distribución masificada y estandarizada de productos culturales que como señala Dallas W. Smythe constituyen "almuerzos gratis" para la captación de públicos en favor del anunciante, exigen reorientar las preocupaciones sobre pérdida de identidad cultural, y ampliarlas *hacia todo el contexto nacional*.

En este sentido, parece prudente retomar el trabajo desarrollado por numerosos investigadores latinoamericanos sobre la dependencia económica y cultural de los países en desarrollo como México hacia Estados Unidos, para entender cabalmente el impacto de los sistemas de comunicación colectiva en la frontera norte del país y su rol económico-político e ideológico en las audiencias.

La conclusión de que los fronterizos se exponen mayormente a los medios de comunicación masiva nacionales y locales, así, adquiere un matiz muy diferente. En un país donde la prensa, la radio, el cine y la televisión surgieron a imagen y semejanza de los norteamericanos, y donde continúan sujetos a las mismas estructuras de programación, organización y control, el origen "nacional" de las emisiones no es equivalente al "interés nacional" o al refuer-

zo de la "identidad nacional", en ninguna de las múltiples formas en que se quiera definir tan elusivo concepto.

Por lo tanto, los estudios fronterizos sobre los patrones de reproducción cultural a través de los medios deben dejar atrás los enfoques fragmentarios que aislan los fenómenos del contexto nacional e internacional. En su lugar, parece ineludible la necesidad de tomar en cuenta no sólo el problema de la penetración directa de los medios y mensajes norteamericanos en las poblaciones fronterizas, sino la vinculación de los medios locales y nacionales al fenómeno de dependencia cultural característico de los países en desarrollo.

Solo de esta manera, articulando las especificidades concretas de la problemática cultural fronteriza con visiones teóricas mas globales, se podrá llegar a explicaciones racionales y amplias sobre el impacto de los medios de comunicación masiva en esta región del país.

## Notas

1. BUSTAMANTE, Jorge (1983): "Tensiones sociales en la Frontera Norte y la Ciudad de México". CEFNOMEX. Manuscrito inédito.
2. LOZANO, José Carlos (1986): "Medios Masivos de Comunicación e Identidad Cultural en una Ciudad Fronteriza: caso Nuevo Laredo". Estudio realizado para el Programa Cultural de las Fronteras. Inédito.
3. (1987): "Diagnóstico de la presencia de los Medios Masivos de Comunicación en la Frontera Norte". Cuaderno de Trabajo del Colegio de la Frontera Norte (antes CEFNOMEX). En proceso.
4. MALAGAMBA, Amalia (1984): Investigación sobre cultura en el CEFNOMEX, documento No. 1.