

¿Se escuchan nuestras voces? La radio cultural indigenista. Una experiencia en México

Inés CORNEJO PORTUGAL

ANTECEDENTES

Los resultados del Censo de 1990 señalan que la población total de México asciende a 81.2 millones de habitantes y que hay un indígena por cada diez mexicanos. En total, existen 56 grupos étnicos registrados oficialmente en el país y las mayores concentraciones de los mismos —86%—, se encuentran en los estados de Oaxaca, Chiapas, Yucatán, Veracruz, Puebla, México, Hidalgo, Guerrero, Distrito Federal, San Luis Potosí y Michoacán. El Gobierno mexicano ha abordado tradicionalmente la problemática indígena a través del Instituto Nacional Indigenista (INI). En épocas recientes, las propuestas gubernamentales relacionadas con el tema han estado también a cargo del Programa Nacional de Solidaridad (PRONASOL). Por su parte, el INI cuenta con los siguientes lineamientos fundamentales que orientan su trabajo: la promoción del libre desarrollo de las culturas indígenas y la corrección de la desigualdad que la frena o inhibe. De tales lineamientos se derivan los esfuerzos de participación de los pueblos indios, como condición necesaria para compartir iniciativas que aseguren el traspaso de funciones, reconociendo a las comunidades indígenas a través de sus organizaciones como sujetos activos de la acción institucional.

Como parte de los programas gubernamentales en áreas interétnicas, en 1979 se creó el Proyecto Cultural Radiofónico Indigenista, que tiene como objeto, por un lado, responder a las

necesidades de comunicación del auditorio y, por otro, motivar y fortalecer los procesos de participación de las colectividades y organizaciones indígenas en la radio, de forma tal que ellas vayan accediendo a los niveles de gestión, promoción y dirección de la emisora para ir desarrollando el proceso de transferencia del medio a los indígenas. En este sentido, las radiodifusoras indigenistas se convierten en el núcleo rector de una política cultural cuyo contenido esencial es poner en manos de los grupos indígenas y sus organizaciones los instrumentos necesarios para su propio desarrollo cultural, al margen de todo paternalismo y tutela tradicional. A trece años de instalada la primera radio, el Instituto cuenta actualmente con doce emisoras ubicadas a lo largo de toda la República Mexicana.



En este ensayo se presentan los resultados de las investigaciones realizadas durante 1990 y 1991 en las áreas de influencia de las radiodifusoras indigenistas: "La Voz de la Chinantla", Oaxaca (XEOJN); "La Voz de las Huastecas", San Luis Potosí (XEANT), y "La Voz de la Montaña", Guerrero (XEZV), las que constituyen un acercamiento exploratorio al consumo cultural de los medios de comunicación en la cobertura de las citadas emisoras, así como revelan los hábitos de recepción del auditorio del medio radiofónico. Cabe anotar que el estudio se desarrolló desde la perspectiva del receptor; por ello, el trabajo no da cuenta de manera específica de la oferta de los medios de comunicación, sino más bien intenta aproximarse al consumo cultural a partir de temáticas como la propiedad de la radio y

la televisión, la antigüedad en la posesión del medio, el contexto de exposición a éste, y los gustos y preferencias del auditorio. Todo ello con el objeto de conocer y explorar al sujeto social participante en el Proyecto Radiofónico Cultural del Instituto Nacional Indigenista.

Es importante mencionar que las investigaciones efectuadas en la XEOJN y la XEANT consideraron al auditorio potencial de dichas radios, ya que al momento de llegar a cabo los trabajos, las emisoras todavía no habían salido al aire; por el contrario, la XEZV viene transmitiendo desde 1979, lo cual indica que los receptores han estado expuestos a su programación y que sus gustos, demandas y preferencias pueden haber sido influidos por ésta.

LA COMUNICACIÓN EN EL ÁMBITO RURAL

Durante las décadas de los 50 a los 70, en América Latina y el Caribe, la investigación en comunicación estuvo abocada a la difusión de innovaciones en la creencia de que la adopción de aquellas, especialmente en la agricultura, resolvería muchos de los problemas económicos de la región. El análisis se basó generalmente en el estereotipo del campesino latinoamericano como persona atrasada e inculta que necesitaba ser persuadida para usar las modernas técnicas de cultivo, comercialización o salud.

Los estudiosos frecuentemente ignoraron tecnologías y creencias existentes o las descartaron como irrelevantes para las metas de modernización y desarrollo. Por este motivo, gran parte de la difusión de la investigación sobre innovaciones en la región produjo una asociación negativa con programas de modernización agrícola fracasados, y fue rechazada por su falta de comprensión de las condiciones locales. Sin embargo, esta experiencia logró aportes útiles, tales como el hecho de que los medios masivos de comunicación son una ruta rápida y efectiva para introducir información nueva, aunque los canales interpersonales tienen mayor potencial.¹

Asimismo, en épocas recientes, los aportes teóricos se han referido a la función, presencia o impacto de los medios en el sector rural, entre otros temas, sin dar cuenta —en la mayoría de los estudios— del papel que desempeña el auditorio en el proceso comunicativo. En este sentido, los análisis sobre la recepción han sido enfocados, fundamentalmente, desde dos perspectivas: a) la reacción del auditorio frente a los mensajes, bajo el modelo de los “efectos” de los medios de comunicación; y b) cómo el público usa la programación con el enfoque interpretativo de los “usos y gratificaciones”. En el presente ensayo, no obstante, se considera el ámbito del receptor como

1. Programa de Promoción de la Salud. Organización Mundial de la Salud. Washington, D.C., 1992.

2. Cornejo, Inés.
*La presencia de La Voz
de la Mixteca en la
comunidad receptora de
la mixteca orzaqueña.*
Universidad
Iberoamericana.
México, 1990.

un campo de negociación donde el auditorio no se apropia indiscriminadamente de lo que ve, oye o recibe, sino que dicha apropiación responde, entre otras cosas, a una historia particular de los sujetos, en la que tienen que ver el contexto sociocultural y económico, el tipo de sociedad y los escenarios específicos — familiar, comunitario, escolar— en los que se ha producido la relación con el medio.

Por último, cabría señalar que en lo que respecta a los medios masivos, concretamente la radio, en las comunidades indígenas las familias constituyen la unidad básica de la audiencia, puesto que en ella se recrea, apropia o rechaza los contenidos propuestos por el medio. De la misma manera, la cotidianidad familiar se devela como la esfera mediadora en la recepción de cualquier proceso de comunicación, sea éste a través de los medios masivos o de las redes de sociabilidad.²

LAS REDES DE SOCIABILIDAD

Comprender la relación entre la radio y la comunidad receptora sugiere la reflexión sobre la participación no sólo de los medios de comunicación, sino también de otras instancias en la conformación y difusión de las ideas, los conocimientos y las actividades al interior de los sectores rurales estudiados.

Las diversas perspectivas del análisis social han demostrado que, desde que nace, el hombre adquiere el lenguaje y aprende las normas de comportamiento que constituyen su primera forma de convivencia; en ella, los seres humanos se encuentran reunidos en una red de grupos elementales. Así, la familia es el eslabón básico de este tipo de organización social, en la cual nace el niño, realiza su identificación personal y desarrolla el largo proceso de incubación social. La organización familiar nunca es un grupo aislado; siempre está ligada a otras por vínculos de parentesco o alianzas.

La formación de las ciudades trastoca este sistema primitivo de relaciones; el pozo, el horno, el molino, que habían sido polos de vida social, empiezan a perder importancia. En tal sentido, Giménez (1987) señala:

"Las redes de sociabilidad son las diversas configuraciones de convivencia social constituídas en virtud de las posibilidades de contacto (directo o mediato) entre individuos que brindan una determinada forma de organización social. Las redes así definidas son a la vez generadoras y conductoras de representaciones sociales".

Conforme la red se diversifica y complejiza, se añaden nuevos grupos cada vez más abstractos que dependen de vínculos más flexibles que la palabra o el medio de transporte. Con ello se

establecen nuevas redes o formas de sociabilidad que, por un lado, amplían los grupos en que los hombres se inscriben y, por el otro, permiten la difusión del conocimiento y las ideas.

Entre las distintas configuraciones de las redes condicionadas por el desarrollo social, Fossaert (1986) señala básicamente:

"La red primaria es aquella por la cual y en la cual el discurso circula hacia todos. . . Son grupos de contacto cuyos integrantes se comunican entre sí, en un mismo lenguaje natural".

"La red secundaria se realiza entre grupos cuya convivencia se torna más abstracta porque ya no se basa en relaciones de proximidad. . . Las relaciones amistosas, familiares, científicas o de trabajo se liberan de las coerciones debido a la proximidad espacial, y ofrecen nuevos circuitos".

En el proceso de complejización de las relaciones entre las redes al interior de la sociedad surgen unos nuevos vectores que las distorsionan. Los medios de comunicación, la radio y la televisión llegan a todos los eslabones de la red primaria y permean toda la red secundaria. Por consiguiente, las redes pierden muchos de sus contactos, pues ya no se necesita proximidad para establecerlos, y tienen que reordenarse a partir de la influencia de los medios de comunicación.

En las regiones investigadas, el medio radiofónico interactúa con otras instancias o redes en un proceso complejo y articulado; instancias que en muchos casos van a mediatizar, permear o relativizar la presencia de la radio en el auditorio. Esta breve reflexión sobre dichas redes de sociabilidad y la radio nos proporciona algunas pautas para entender las relaciones entre ellas y la población estudiada. A continuación presentaremos los ámbitos explorados en el auditorio de las emisoras aludidas. Así, nos referiremos a los aspectos siguientes: a) Los receptores de radio y TV en el hogar; b) El consumo cultural de los medios de comunicación; c) El contexto de la recepción a la radio; y d) Los gustos y preferencias de la audiencia.

"LA VOZ DE LA CHINANTLA" (XEOJN)

La emisora XEOJN, con 5,000 watts de potencia, atiende a los grupos indígenas mazatecos y chinantecos. El área de cobertura de la radio comprende parte del estado Oaxaca y los límites de Veracruz y Puebla. En la zona de influencia de la emisora se realizaron 120 entrevistas (33,8% a chinantecos; 35,4% a mazatecos y 30,7% a mestizos).*

En términos generales, las condiciones de vida de la población indígena son las siguientes: se dedica a los cultivos

* Ver Anexo I.a.

de chile, caña de caña de azúcar y arroz. La producción de maíz y frijol se reserva para el consumo doméstico de las comunidades que se encuentran ubicadas en las riberas de los ríos. La siembra del café se ha convertido en el cultivo rector, especialmente para los mazatecos; la pesca y la caza forman parte importante de su actividad productiva, pero encaminada hacia el autoconsumo.

A continuación daremos cuenta de la presencia de los medios de comunicación en el área de influencia potencial de la emisora indigenista "La Voz de la Chinantla". Cabe mencionar que, al momento de realizar la investigación, la citada emisora no emitía la señal, por lo que las respuestas de los entrevistados están permeadas con la oferta de las radios comerciales que se escuchan en la zona.

1. Los receptores de radio y tv en el hogar

En el Censo de 1960 se informó que en el municipio de Ixcatlán, zona mazateca, había 60 radios en 1,124 hogares. En aquella época, dado que el precio de los aparatos resultaba alto a los campesinos (200 pesos o más), éstos tenían que estar muy motivados para adquirirlos. No obstante, para 1968, la mayoría de los hogares contaba con una radio pequeña. Así, antes de 1973, fecha en que se introdujo la energía eléctrica en la zona, los pobladores de la región escuchaban la radio de baterías.

Confirmando lo anterior, las cifras mostraron que la radio tiene presencia cotidiana en el hogar indígena y mestizo. El gran porcentaje del auditorio posee un receptor de radio (84,6%); en cambio, el medio televisivo no es mayoritario en el área. Por otra parte, el funcionamiento de ambos medios no está condicionado al uso de baterías, puesto que más del 80% de dichos aparatos utiliza energía eléctrica. Actualmente, en el área de estudio, el modelo de radio más usado es la radiograbadora. Esto hace suponer que el aparato de radio "tradicional" está cayendo en desuso, pues únicamente el 16,35% de los entrevistados se refirió a él.

2. El contexto de la recepción al medio radiofónico

A diferencia de lo que acontece en las ciudades, en la región investigada, el medio radiofónico generalmente se oye con los familiares y los amigos: más de las dos terceras partes de la muestra respondieron en estos términos. El ámbito familiar constituye entonces la esfera básica de negociación entre la programación de la radio y la audiencia, ya que el aparato receptor generalmente se encuentra en la habitación principal de la casa, que es lugar de descanso, trabajo y reunión de sus moradores.

3. El consumo de medios de comunicación

Si bien casi un 44% del auditorio manifiesta que "se enteran de lo que pasa en otros lugares a partir del medio radiofónico", las redes primarias de sociabilidad no sólo no pierden importancia, sino que para el grupo chinanteco y los grupos femeninos de la muestra se asumen como las más relevantes. Por otra parte, en el área de estudio no hemos encontrado un consumo intenso de los medios de comunicación. Vale decir, su exposición a éstos no trasciende, preferentemente, dos horas diarias, lo que nos podría indicar que las redes primarias—fraternas—son más valoradas como instancias de comunicación que los medios conocidos por el auditorio. Es decir, la conversación, la plática, el intercambio fraterno entre los diferentes grupos primarios—familia, amigos, parientes— parece ser más valorado que el contacto con la radio. En este sentido, se puede señalar que el medio radiofónico, tal como hasta ahora se ha difundido en las emisoras comerciales, no ha logrado convocar al auditorio. Esto nos permitiría suponer que los entrevistados no se verían reflejados en la programación de las radios, o que, en todo caso, este tipo de transmisión radiofónica no ha logrado interpelarlos.

4. Los gustos y preferencias

La oferta radiofónica del área en estudio procede de las emisoras de los estados de Veracruz y Oaxaca. Dichas emisoras difunden música tropical y ranchera, esencialmente.

Los programas preferidos

De acuerdo a las respuestas recabadas, el auditorio entrevistado atribuye a la radio la función de entretenimiento y distracción.* En segundo lugar, el medio es percibido como informativo. Los consejos y las orientaciones tienen menor representatividad. En este sentido, la radio es percibida como un medio musical, puesto que la oferta cultural que las emisoras difunden se refiere, especialmente, a la música tropical y ranchera. Es importante señalar que, en cuanto al papel informativo, los noticieros que difunden las radios comerciales existentes en la zona son generalmente de corte nacional y no opinan sobre los acontecimientos locales, salvo que se relacionen con sucesos nacionales. Así, la transmisión de dichas emisoras se realiza únicamente en castellano y sus espacios están destinados para un auditorio mestizo; ninguna de ellas tienen programas en lengua indígena. Cabe indicar que en el servicio de avisos, cuando los hay éstos son pagados.

No obstante, los datos analizados por la variable sexo, muestran la preferencia del sector masculino por los noticieros

* Las categorías de entretenimiento, información y orientación que señalamos fueron elaboradas a partir de las respuestas de los entrevistados: "música en general", "música para bailar" se ubicaron dentro de la categoría de "entretenimiento"; "noticieros", "noticias regionales", "noticias locales" se ubicaron bajo la categoría de información; por último, en el rubro de "orientación" se dispusieron los consejos sobre la salud y otros. Todo este proceso se realizó aplicando el principio de redundancia.

(37,60%) y, en segunda instancia, por la música en general (29,50%); mientras que las mujeres se manifiestan por la música en general. Los programas de avisos sólo tienen 4% de menciones. Estos datos nos permiten señalar que los entrevistados requieren de un medio que les dé a conocer los sucesos de otros lugares, en la medida en que no están percibiendo a la radio comercial como una instancia de comunicación e interconexión o, en todo caso, el auditorio siente que las emisoras que escucha no le brinda ese servicio.

La música preferida

La preferencia del auditorio se conforma, como se esperaba, a partir de la oferta radiofónica del área investigada. Los entrevistados mencionaron la música ranchera y tropical como los géneros que más les gustan. En tercer lugar, aparece la música romántica y las baladas. Asimismo, los programas preferidos por el auditorio son aquellos definidos como de entretenimiento y distracción (música en general, música para bailar). Por otra parte, los programas de orientación y educativos no tienen ninguna representatividad.

“LA VOZ DE LAS HUASTECAS” (XEANT)

La emisora “La Voz de las Huastecas”, con 5,000 watts de potencia, cubre específicamente el área de las Huastecas, en los estados de San Luis Potosí e Hidalgo. Se creó con el objeto de suplir las carencias de comunicación en la región, e intentó generar procesos de intercambio entre los diferentes grupos indígenas (pame, haualt, tenek), superando las barreras geográficas, sociales, políticas y culturales, la mayoría de las veces representadas por mínimas vías de acceso, falta de servicios, monolingüismo y analfabetismo*.

* Ver Anexo 1.b.

1. Los receptores de radio y tv en el hogar

La información señala que la posesión del receptor radiofónico es mayoritaria (87,4%), mientras que tres cuartas partes de la muestra carecen de aparato de televisión. Los entrevistados mencionaron que “la televisión es un aparato difícil de obtener por su alto costo y porque solamente funciona con energía eléctrica, por lo cual algunas comunidades que no cuentan con este beneficio utilizan baterías de carro, pero su costo también es alto”.

La presencia de aparatos de radio es antigua en la zona: el 43,7% respondió que lo posee desde hace más de 15 años.

Asimismo, más del 50% de los entrevistados dijeron que su radio funciona con baterías —por su bajo costo—, y que además lo combinan con la energía eléctrica. Por otra parte, el 66% de los mismos señaló que el modelo de radio más usado es la radiograbadora.

2. El contexto de la recepción al medio radiofónico

Escuchar la radio es una práctica familiar (87,9%) y, en menor medida, social. Así, escasamente se escucha a solas y los amigos —en forma limitada— comparten esta práctica. Al respecto, son muy pocas las personas que respondieron llevar su radio a la milpa.* Podemos afirmar que la radio se escucha en el hogar y no se desplaza al lugar de trabajo. Estos datos nos podrían estar señalando que el único aparato de radio existente en la casa no se traslada fuera del hogar familiar, y una vez que el esposo sale a trabajar, la señora ama de casa es la que se queda escuchando la transmisión radiofónica.

En el caso del auditorio entrevistado, la organización del tiempo cotidiano (tiempo de ocio y tiempo de trabajo) está acompañada por la audiencia al medio radiofónico. Por lo común, el auditorio escucha la radio atendiendo fundamentalmente a dos expectativas: divertirse y entretenerse, y estar informado. Es importante mencionar que la práctica de escuchar la radio está referida a las emisoras comerciales que actualmente transmiten en la zona. La programación de éstas no retoma en la mayoría de los casos los valores, el acervo cultural y simbólico de los grupos indígenas de la región. No obstante, resulta claro que el medio radiofónico es un medio escuchado y está presente día a día en el hogar indígena y mestizo. Es claro también que la función que desempeña éste es de acompañamiento, porque sirve fundamentalmente para divertirse, no estar solo, y de alguna manera estar informado.

3. El consumo de los medios de comunicación

El tratamiento de la información nos permite concluir la presencia de los medios televisivo y radiofónico en la zona. Cabe señalar que si bien hay menos televisores que radios, los entrevistados se exponen preferentemente dos horas a ambos medios. Es decir, no existe un consumo intenso de estos medios de comunicación. Esto nos lleva a pensar que la programación difundida por ambos no responde a las expectativas de los receptores o que, en todo caso, el auditorio entrevistado no se ve reflejado en las emisiones que éstos les ofertan.

No obstante, en la zona estudiada, la radio constituye una instancia de información importante para saber lo que acontece en otros lugares. El comportamiento de la muestra se reitera

* La milpa es una pequeña parcela cultivada principalmente con maíz, en la que puede haber además otro tipo de productos como chile (ají), y frijoles.

por la variable sexo. Con respecto al tratamiento por la variable grupo étnico, la función prioritaria que le atribuyen al medio radiofónico es la de fuente de noticias: más del 40% de las respuestas se expresan en este sentido.

4. Los gustos y preferencias

El auditorio entrevistado pronunció su inclinación, en primer lugar, por la música ranchera; en segundo lugar, aparece el género tropical y, luego, el huapango. Esta información se confirma por la variable sexo. No obstante, los datos por grupo étnico sufren variaciones. Así tenemos que el grupo Tenek entrevistado dijo preferir, en primer lugar, la "música de danzas";* en segundo lugar, la música tropical. Al referirse a la "música de danzas", está mencionando la música propiamente indígena, ejecutada especialmente para sus festividades.

Las respuestas del grupo pame se formularon de la manera siguiente: en primer lugar fue mencionada la música ranchera y, en segundo término, el huapango.** Los sectores nahualt y mestizo expresaron sus gustos por la música tropical y ranchera, respectivamente. Ambos géneros, como podemos advertir, se encuentran bastante distanciados de la preferencia por la música regional (huapango, sones y danzas).

El programa preferido

La información recabada nos señala que los programas musicales son los preferidos por el auditorio. No obstante, el aspecto informativo de las emisoras es también valorado pues representa el 37% de las menciones.

Para los grupos pame, nahualt y mestizo, el aspecto musical de la radio es señalado en primer lugar. Prácticamente, el 50% de las menciones se dan en este sentido. En cambio, para los tenek, la función informativa de las emisoras tiene mayor prioridad.

La información de los entrevistados nos confirma el hecho de que el grupo masculino es el más preocupado por el aspecto informativo del medio; en contraste, el sector femenino percibe a la radio en términos de distracción y divertimento. En este sentido, los grupos indígenas (pame, nahualt) y los mestizos se pronuncian por un medio eminentemente musical, a diferencia del grupo tenek que selecciona el aspecto informativo como el más importante.

* "Música y danza Tenek": la conforman de 60 a 80 bailes que se ejecutan en las fiestas de la región. Entre ellas se encuentran: la Malínche, que recuerda la relación entre Hernán Cortez y la Malínche; la danza del Rey Colorado, dedicada al sol; la Danza de las Varitas, que representa a los guerreros que defendieron el territorio Tenek contra los mexicas.

** Género musical que se ejecuta con un violín y una Huapanguera (guitarra quinta grande).

"LA VOZ DE LA MONTAÑA" (XEZV)

La emisora indigenista XEZV, con 1,000 watts de potencia, está ubicada en la región de la Montaña del estado de Guerrero, y cubre además la zona limítrofe con Oaxaca. De acuerdo al censo de 1990, dicha región está habitada por 340,000 personas, entre mestizos e indígenas (nahualt, tlapaneco, mixteco), distribuidos en 536 localidades. El 82% de esta población se considera rural.

Los datos de escolaridad señalan que el 60% de los adultos está constituido por analfabetos, que el 20% de la población total tiene estudios de educación básica; el 10% cursó la secundaria, y un escaso 5% la preparatoria. En cuanto a la economía agrícola de la región, ésta se distingue por los cultivos de maíz, frijol, plátano, mamey, mango y cacahuate. Todos estos productos se dan en áreas de riego. No obstante que la agricultura es la actividad principal de la zona, el 95% del suelo no es apto para el cultivo; por ello, los campesinos siembran los montes ("Tlacololes") bajo el método de tumba-rosa-quema. La productividad es, sin embargo, muy baja y no alcanza para la manutención de toda la familia; por ello, los campesinos se ven obligados a emigrar en busca de mejores empleos. La mayor parte de la población indígena abandona sus comunidades durante tres o cuatro meses al año, colocándose laboralmente como jornaleros agrícolas, como peones de construcción o como empleados del servicio doméstico.

1. Los receptores de radio y tv en el hogar

La presencia del medio radiofónico en la zona es abrumadora, y el análisis de los datos así lo demuestra. De las 160 personas entrevistadas,* un 84% manifestó tener radio, mientras que sólo un 16% cuenta con un aparato de TV. Es importante mencionar que, para la población en estudio, el hecho de no tener un aparato de radio no limita la posibilidad de oírlo, puesto que en los sectores rurales, las relaciones entre amigos, vecinos y parientes permiten prácticas tales como escuchar la radio en casa de alguno de ellos. El 79,8% de las personas que poseen radio tiene sólo un aparato receptor. Al momento de la aplicación de las encuestas, casi tres cuartas partes de los radios de los entrevistados funcionaban con energía eléctrica; el resto trabajaba sólo con baterías.

2. El contexto de la recepción al medio radiofónico

La radio tiene presencia dominante en los hogares indígenas y mestizos. Para dar cuenta del espacio familiar, apuntaremos enseguida algunos datos básicos. El hogar de la familia de la

* Ver Anexo I.c.

región de la Montaña se compone en su gran mayoría de una habitación que sirve para todos los usos, y sólo en raras ocasiones cuenta con dos cuartos. En este tipo de habitación se realizan por igual actividades de descanso y de preparación de alimentos. El menaje de las casas indígenas está constituido por petates, cuadros e imágenes religiosas, bancos, ollas, cazuelas y, como parte del mobiliario del hogar, se encuentra el aparato receptor, con frecuencia colocado en una de las paredes de la habitación o encima de una repisa, cubierto con una servilleta (carpetita tejida de hilaza) para evitar que se empolva. El lugar de reunión y de comunicación familiar es el interior de la casa-habitación. Ahí se comentan y platican las actividades desarrolladas durante el día. Escuchar la radio constituye, entonces, una actividad familiar más, debido a las características propias del entorno físico. De esta manera, los comentarios de lo que se escucha en el medio radiofónico se comparten principalmente con la familia y, en menor medida, con los amigos. Así, la forma de audiencia más frecuente es la familiar.

3. El consumo de los medios de comunicación

Para los entrevistados, la radio es el medio que les permite, principalmente, conocer lo que sucede en otros lugares y también el que los mantiene informados de los acontecimientos regionales. De esta manera, el medio radiofónico constituye la fuente primaria de noticias (65%). Por el contrario, el medio televisivo no da cuenta de su función informativa en la región en estudio (10%). Ello se explica, en cierta medida, por el escaso número de televisores existentes en la zona y porque, fundamentalmente, la comunidad indígena no le otorga esa función.

En términos de la exposición al medio radiofónico, son las mujeres quienes oyen más horas la radio, mientras que el sector masculino lo escucha, en su mayoría, hasta dos horas diarias.

4. Los gustos y preferencias

En este apartado nos interesa revelar la presencia de la radio en las actividades de "tiempo libre" de los pobladores de la región, así como sus gustos y preferencias en torno a la programación radiofónica.

El tiempo libre

Los entrevistados dedican en gran medida su tiempo libre a descansar; en segundo lugar, a las labores del hogar, y en tercero, a las actividades manuales. Las actividades restantes ocupan porcentajes menores. Es interesante señalar que un porcentaje mínimo de los entrevistados señaló escuchar la

radio como una actividad privativa. Esto significa que, para la mayoría de la población, escuchar el medio es una actividad que se comparte con otras que se realizan durante el tiempo libre o al efectuar el quehacer doméstico.

Los gustos y preferencias

La información total muestra que lo que más gustan oír los entrevistados es la música (29%) y luego los avisos (20%). Si bien la primera mención se refiere a la música, los datos nos indican que la emisora indigenista, con el servicio de avisos, está poniendo en común información que los pueblos necesitan. Dicho servicio —se transmite en las tres lenguas y es gratuito— lo requieren los indígenas para enviar un saludo, dedicar una canción, avisar de un pariente enfermo, informar de alguna transacción comercial, etc.

En cuanto al aspecto musical, la preferencia se da en gran medida por la música ranchera (31%) y la regional indígena (29%). Así, cuando los consultados se refieren a esta última, mencionan especialmente a la música de bandas,* transmitida en vivo por la XEZV. Las ceremonias, ritos y festividades de estos pueblos generalmente son acompañadas por sus propios acervos musicales; no obstante, es con la instalación de la emisora indigenista en 1979, que por primera vez se emite este tipo de música por la radio. Al respecto, es frecuente que los indígenas mencionen que “la reconocen como su música y se reconocen en ella porque les habla su propia lengua y, además, la pueden entender”.

Si se considera el hecho de que la música ranchera ha sido divulgada durante mucho tiempo en las emisoras comerciales de la región, no deja de llamar la atención que un porcentaje importante de los entrevistados dé preferencia a la música regional indígena. Esto, al parecer, se debe a que es la oferta cultural más difundida por “La Voz de la Montaña”.

Finalmente, es importante señalar que la mayor parte de los consultados no responde cuando se le pregunta por un programa específico de su preferencia y más bien se refiere a contenidos generales como música, cuentos y leyendas. Esto podría significar que el concepto “programa” no es manejado por los receptores o que, en todo caso, no existe una extensión exclusiva a la radio, lo que limita la retención de los nombres.

* Música de bandas: interpretada con instrumentos de viento y percusión por cinco o seis integrantes.

CONCLUSIONES

Para fines prácticos se han organizado las conclusiones de la investigación dentro de los tres rubros analizados: la propiedad y el consumo cultural de los medios de comunicación, el contexto de la recepción, y los gustos y preferencias del auditorio.

La propiedad y el consumo cultural de los medios de comunicación

En el área de cobertura de las tres emisoras estudiadas, la mayoría de los hogares entrevistados cuenta con un receptor de radio y, en menor medida, con un aparato televisivo. El auditorio muestra también una alta exposición al primero de ellos y un limitado consumo del segundo. Existe, además, antigüedad en la presencia de la radio en la zona. Asimismo, a dicho medio se le adjudican funciones de entretenimiento e información; es así como la posesión, la exposición, la antigüedad y el consumo de la radio nos permiten confirmar a la manera de Fuenzalida (1989), "la centralidad cultural del medio". Con este concepto expresamos la importancia y relevancia que en el ámbito rural detenta el medio radiofónico, ya que se convierte en la fuente privilegiada de información frente al medio televisivo. Al respecto, los entrevistados mostraron un especial interés por "conocer lo que sucede en otros lugares", por "saber lo que acontece en la localidad y en la región". Argumentos como éstos nos están indicando que la radio puede llegar a convertirse en una alternativa de conocimientos o de estructuración de las ideas, en campos en los cuales la comunidad no tiene nada elaborado; por ejemplo, los conocimientos políticos, de concepción de integración con la sociedad global, la posibilidad de ubicación en parámetros socio-culturales más amplios, a diferencia de lo que acontece en aspectos como el agrícola y de la salud, en donde las comunidades por años han venido elaborando sus discursos, sus tradiciones difíciles de modificar.

No obstante, hemos percibido en el auditorio potencial de las emisoras XEOJN y XEANT que el delgado "hilo" de comunicación que se establece entre los grupos elementales tiene un valor y un lugar que no podemos soslayar para explicar el comportamiento, las costumbres, los hábitos de la población y la presencia del medio radiofónico.

Por otra parte, la investigación nos permite concluir que, para el auditorio entrevistado, el uso de la radiograbadora constituye una práctica frecuente. Si retomamos los trabajos de García Canclini (1982), coincidiremos con él; las radiograbadoras se convierten en la situación de refugio de su identidad. Es

gracias a este tipo de aparato receptor que los indígenas se permiten registrar, grabar y recrear sus cantos, sus fiestas y, posteriormente, escucharlas a su gusto en su vida cotidiana. De esta forma, la radiograbadora es la instancia a través de la cual es posible apropiarse y retomar los símbolos de su identidad (música, cantos, actos ceremoniales) y poder recordar su acervo musical, generalmente excluidos de la programación diaria de las emisoras comerciales.

El contexto de la recepción

En el ámbito indígena, el lugar tradicional de reunión y comunicación familiar es el fogón al interior de la casa. Es ahí donde se comenta y platica el trabajo realizado en el día y también donde se transmiten los conocimientos y las tradiciones de los más ancianos. Para estas culturas, la casa-habitación presenta comúnmente la misma conformación: rectangular, una sola entrada, sin ventanas, con dimensiones predominantes entre 5 y 6 metros. La casa se usa indistintamente para cocina, dormitorio, cuarto de trabajo. El mobiliario reducido está compuesto generalmente por utensilios de cocina, petates, tejidos de palma y otros objetos. En dicho mobiliario está incluido el aparato de radio, que en la mayoría de los hogares puede estar colgado de un clavo en la pared, o ubicado encima de una mesa protegido por una tela o un plástico para evitar que se ensucie. Por ello, las condiciones propias del espacio físico determinan que la transmisión radiofónica se escuche en familia. Así, en los auditorios analizados, la exposición a la radio se encuentra mediada por el grupo familiar. Es ahí donde se va a cuestionar, discutir o recrear los contenidos de aquélla.

Los gustos y preferencias del auditorio

Como se señaló a lo largo del trabajo, las emisoras que transmiten en el auditorio potencial de la XEANT y XEOJN son comerciales y escasamente difunden la lengua indígena o los valores culturales de los indios de la región. Es posible comprender, entonces, el significado que los receptores otorgan a los mensajes propagados por esas emisoras. Siguiendo a Fouyerollas (1967), señalaremos que el receptor se identifica con un mensaje que considera como suyo, en donde "reconoce" su realidad. Es decir, la conformación de un grupo o sector de la población como público receptor está relacionada por la manera en que éste haga suyas las distintas interpelaciones que se le formulen, por el mayor o menor reconocimiento que de sí encuentre en las imágenes, modelos y pautas propuestas (Mata, 1988). Así, las preferencias del auditorio se conforman, como estaba previsto, a partir de la oferta radiofónica existente en las

zonas investigadas. Los entrevistados mencionaron la música tropical y ranchera como los géneros que más les gustan. En ambos auditorios, la preferencia por la música indígena es postergada.

Por el contrario, en el área de influencia de "La Voz de la Montaña", la música ranchera y la regional indígena representan por igual el gusto de los receptores. En este hecho, la XEZV podría estar jugando un papel fundamental, puesto que constituye la única oferta musical indígena difundida en la zona. Por ello, la emisora indigenista se estaría conformando en el lugar de re-creación y dinamización de aquélla.

ANEXO METODOLÓGICO

La muestra

La definición de la muestra se llevó a cabo a partir de una matriz de datos, la que se elaboró considerando aquellas variables con interés analítico para la investigación, así como la inclusión de unidades suficientes de un tipo determinado de variables. De acuerdo con Galtung (1966) y Padua (1979), el investigador debe responder a tres preguntas para decidir el tamaño de la muestra: ¿cuántas variables quiere analizar simultáneamente?, ¿cuál es el número de valores que desea utilizar por celda?, y, ¿cuál es el número mínimo que necesita por celda? Por medio de la respuesta a las dos primeras preguntas determinamos el tamaño de la matriz de datos y, por último, encontramos el número adecuado de elementos de la muestra para satisfacer los requisitos de las variables. Es así que el tamaño de la matriz de datos depende de la cantidad de variables (n), y del número de valores de cada variable (r).

La fórmula para la determinación de la muestra es:

$$\text{Matriz} = R1.R2.R3. . . Rn$$

Para estos trabajos seleccionamos las variables grupo étnico, sexo y edad, y definimos un número de elementos por celda para cada variable. Con estos datos determinamos la muestra de la manera siguiente:

$$\text{Matriz} = R(n). R(n). R(n)$$

Con este tipo de muestra se busca combinar variables y vincularlas en todo el proceso de investigación. El propósito no es hacer generalizaciones estadísticas, sino realizar comparaciones. La validez se alcanza a partir de que la muestra contenga todos los elementos que se desea investigar. A continuación

se presenta la Matriz de Datos utilizada en cada una de las emisoras analizadas.

ANEXO 1.A. "LA VOZ DE LA CHINANTLA" (XEOJN)

Para este trabajo seleccionamos las variables grupo étnico, sexo y edad, y definimos un número de elementos por celda para cada variable.

La matriz resultante para la combinación de las variables grupo étnico (mazateco, chinanteco y mestizo), sexo (masculino y femenino) y edad (15 a 30 años y 31 a más años) tuvo entonces 12 celdas. Galtung afirma que deben ser como mínimo 10 elementos por celda para establecer una aproximación a la distribución muestral de la población. Por ello, utilizamos 120 elementos de muestra.

Matriz de Datos de
"La Voz de la Chinantla"

| | Hombres | | | Mujeres | | |
|---------------|---------|------|------|---------|------|------|
| | Maz | Chin | Mest | Maz | Chin | Mest |
| 15 a 30 años | | | | | | |
| 31 a más años | | | | | | |

N = 120

La composición general de la muestra posterior a la aplicación del instrumento quedó así:

| GRUPO ETNICO | N | % |
|--------------|----|------|
| Chinanteco | 44 | 33,8 |
| Mazteco | 46 | 35,4 |
| Mestizo | 40 | 30,7 |
| SEXO | | |
| Hombre | 64 | 49,3 |
| Mujer | 66 | 50,7 |

ANEXO 1.B.
"LA VOZ DE LAS HUASTECAS" (XEANT)

La matriz de datos resultante para la combinación de las variables lengua (Pame, Nahuatl, Tenek y Español); edad (15 a 30 años y 31 a más años), y sexo (masculino y femenino) tuvo 16 celdas. Si bien Galtung afirma que deben ser como mínimo diez elementos por celda para establecer una aproximación de la distribución muestral a la población, para nuestro estudio consideramos conveniente trabajar con 20 casos por celda y disponer así de mayores datos que posibilitaran la comparación.

Matriz de Datos
de "La Voz de las Huastecas"

| | Hombre | | | | Mujer | | | |
|---------------|--------|-----|------|------|-------|-----|------|------|
| | Pam | Nah | Tenk | Mest | Pam | Nah | Tenk | Mest |
| 15 a 30 años | | | | | | | | |
| 31 a más años | | | | | | | | |

N = 320

La composición final de la muestra posterior a la aplicación del instrumento resultó como se indica a continuación:

| Etnia | N | % |
|-------------|-----|-------|
| Tenek | 79 | 25,25 |
| Pame | 70 | 22,65 |
| Nahuatl | 80 | 25,90 |
| Mestizo | 80 | 25,90 |
| Sexo | | |
| Masculino | 156 | 50,50 |
| Femenino | 153 | 49,50 |

I.C. "LA VOZ DE LA MONTAÑA" (XEZV)

La matriz de datos para la combinación de las variables grupo étnico (tlaplaneco, mixteco, nahualt y mestizo), sexo (masculino y femenino), y edad (15 a 30 años y 31 a más años) contó con 16 celdas. Siguiendo a Galtung, que como señalábamos en párrafos anteriores considera necesario un mínimo de 10 elementos por celda para establecer una aproximación de la distribución muestral a la población, trabajamos con dicho número de casos por celda.

Matriz de Datos de
"La Voz de la Montaña"

| | Hombres | | | | Mujeres | | | |
|---------|--------------------------|------|-----|------|---------|------|-----|------|
| | Tiap | Mixt | Nah | Mest | Tiap | Mixt | Nah | Mest |
| | 15 a 30 años 31 a más | | | | | | | |
| N = 160 | | | | | | | | |

La composición general de la muestra posterior a la aplicación del instrumento se estructuró de la manera siguiente:

| Grupo étnico | N | % |
|--------------|----|-------|
| Tlapaneco | 39 | 34,10 |
| Mixteco | 41 | 25,90 |
| Nahualt | 40 | 25,00 |
| Mestizo | 40 | 25,00 |
| Sexo | | |
| Hombre | 79 | 49,10 |
| Mujer | 81 | 50,90 |

El trabajo de campo

Para la recolección de la información en las comunidades seleccionadas se localizó el Palacio Municipal y/o escuela del pueblo. A partir de ellas se adoptó un sistema de rutas, considerando los puntos cardinales. Así, se entrevistó a los elementos de la muestra de acuerdo a cuotas previamente establecidas.

La aplicación de los cuestionarios significó varios meses de trabajo debido a lo alejado de algunos poblados y a los problemas de accesibilidad en otros. Cabe mencionar que todo el trabajo también comprendió a los mestizos residentes en los lugares designados por la muestra. Como la aplicación de los cuestionarios requirió una capacitación permanente, los entrevistadores de las emisoras efectuaron pruebas constantes antes de iniciar el levantamiento de aquellos.

El cuestionario

En la mayoría de los casos, el instrumento del estudio consistió en una encuesta de preguntas cerradas; se incluyeron también algunas preguntas abiertas en aquellos ítems en que se buscaba conocer opiniones acerca de la emisora indigenista.

La entrevista se efectuó mediante una encuesta de "recorridación espontánea". El tiempo promedio de la aplicación del cuestionario fue de aproximadamente una hora.

El apoyo del personal bilingüe que labora en las emisoras del INI fue decisivo para la elaboración del cuestionario y durante la aplicación de las encuestas en la población monolingüe y bilingüe, pues se observó en la práctica que a pesar de que muchos indígenas hablan castellano, en el momento de la entrevista preferían hacerlo en su propia lengua materna. Después de este proceso, se supervisó el levantamiento de la información.

BIBLIOGRAFÍA

- Cornejo, Inés *La presencia de La Voz de la Mixteca en la comunidad receptora de la mixteca oaxaqueña*. Universidad Iberoamericana. México, 1990.
- . "La Voz de la Mixteca: diagnóstico y perspectivas". En: *Cuadernos de Posgrado en Comunicación* N° 1. Universidad Iberoamericana. México, 1992.
- . "Una Voz en la Mixteca. La Radio Cultural Indigenista". En: *Revista Contratexto* N° 5. Universidad de Lima. Lima, Perú, 1992.
- Cornejo, Inés [y]
Luna, Silvia "Una voz en la Chinantla". Mimeo. Instituto Nacional Indigenista. México, 1991.
- . "Una voz en las Huastecas". Mimeo. Instituto Nacional Indigenista. México, 1991.
- . "Una Voz en la Montaña". Mimeo. Instituto Nacional Indigenista. México, 1991.
- Cornejo, Inés [y]
Martínez, Jorge "La investigación en las Radios INI". *Boletín Indigenista* N° 3. Instituto Nacional Indigenista. México, 1991.
- Todas las Voces* Boletín de la red de radiodifusoras indigenistas, N° 1. México, 1989.
- Fosaeert, Robert "Redes de sociabilidad. La convivencia ideológica". En: *La teoría y el análisis de la cultura*. Consejo Mexicano de Ciencias Sociales, SEP, 1986.
- Fougeyrollas, Pierre [y]
Cohen Seat, Gilbert *La influencia del cine y la televisión*. F.C.E. México, 1967.
- Fuenzalida Valerio [y]
Hermosilla, María Elena *Visiones y ambiciones del televidente*. CENACA. Santiago de Chile, 1989.

- García Cancilini, Néstor *Las culturas populares en el capitalismo*. Editorial Nueva Imagen. México, 1982.
- Jiménez, Gilberto *et al.* *La teoría y el análisis de la cultura*. Consejo Mexicano de Ciencias Sociales. SEP. 1986.
- Levin, Jack *Fundamentos de estadística de la investigación social*. Herla. México, 1976.
- Mata, María Cristina "La constitución de los públicos masivos y su relación con los procesos de constitución de identidades sociales y culturales de Córdoba. Radios públicos y populares". Mimeo. Buenos Aires, 1988.
- Padua, Jorge *Técnicas de investigación aplicadas a las ciencias sociales*. Fondo de Cultura Económica. México, 1989.
- Programa de Promoción de la Salud* Organización Mundial de la Salud. Washington, D.C. 1992.
- Plascencia, Carlos "La Radiodifusión Indigenista: algunas preguntas". México, 1989.

RED DE RADIODIFUSORAS DEL INI

| Emisora | Potencia | Frecuencia | Lenguas de transmisión | Inicio de transmisión |
|---|----------|------------|---|-----------------------|
| XEZV "La Voz de la Montaña" Guerrero | 1,000 w | 800 kh | Huast, Mixteco, Tiapaneco y castellano | 1979 |
| XENAC "La Voz de los Chontales" Tabasco | 500w | 1,400 Kh | Cholal y castellano | 1980 |
| XEPUR "La Voz de los Purepechas" Michoacán | 1,000 w | 830 Kh | Purepecha y castellano | 1982 |
| XEPET "La Voz de los Mayas" Yucatán | 1,000 w | 740 Kh | Maya y castellano | 1982 |
| XETLA "La Voz de la Mixteca" Oaxaca | 1,000 w | 930 Kh | Mixteco, Triqui y castellano | 1982 |
| XETAR "La Voz de la Sierra Tarahumara" Chihuahua | 10,000 w | 880 Kh | Tarahumar, Odame, Guarijo y castellano | 1982 |
| XEVFS "La Voz de la Frontera" Sur" Chiapas | 4,000 | 1,030 Kh | Tojolabal, Tzeltal, Tzotzil y castellano | 1987 |
| XEGLO "La Voz de la Sierra" Oaxaca | 5,000 | 880 kh | Zapoteco, Chinanteco, Mixe, Zapoteco y castellano | 1990 |
| XEANT "La Voz de las Huastecas" San Luis Potosí | 5,000 | 1,030 Kh | Tenek, Pame, Nahuatl y castellano | 1990 |
| XEONJ "La Voz de la Chinantla" Oaxaca | 5,000 | 840 Kh | Chinanteco, Mezateco y castellano | 1991 |

| | | | | |
|--|--------------|-----------------|---|-------------------------------|
| XEZON | 1,000 | 1,030 Kh | Natural y castellano | Pruebas de transmisión |
| "La Voz de la Sierra de Zongolica" Veracruz | | | | |
| XEJMN | 5,000 | 750 Kh | Cora, Huichol, Tpehuan Mexicanero y castellano | Pruebas de transmisión |
| "La Voz de los Cuatro Pueblos" | | | | |