



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

Estudio cualitativo: Relación de las audiencias infantiles y adultas de pueblos y comunidades indígenas con la radio, televisión e internet

Rarámuri (Tarahumaras)
en **Guachochi**, Chihuahua

UNIDAD DE MEDIOS Y CONTENIDOS AUDIOVISUALES

INTRODUCCIÓN	3
INFORMACIÓN SOCIOCULTURAL DE GUACHOCHI.....	6
Ubicación.....	6
Historia.....	6
Características de la población.....	7
Identidad.....	8
Lengua.....	8
Religión.....	9
Educación.....	9
Actividades económicas.....	10
Formas de gobierno y organización política.....	10
Expresiones culturales y fiestas tradicionales.....	11
DISPONIBILIDAD DE MEDIOS Y SEÑALES PARA CONSUMO.....	14
Condiciones y problemas de la infraestructura de telecomunicaciones.....	16
Conectividad y penetración de internet.....	17
Televisores y recepción de canales.....	18
Aparatos radiofónicos y frecuencias.....	19
Dispositivos digitales y conexión a internet para consumo audiovisual.....	19
HÁBITOS DE CONSUMO.....	21
Televisión.....	21
Radio.....	23
Internet.....	26
APROPIACIÓN DE CONTENIDOS.....	30
Cambios de comportamiento.....	32
Creación de contenidos.....	33
Derechos de las audiencias.....	34
REPRESENTACIONES MEDIÁTICAS.....	36
Representaciones y estereotipos.....	36
Buenas prácticas.....	37
Propuestas desde la audiencia.....	38
Percepción de brechas y desigualdades.....	38
COMENTARIOS FINALES.....	40
REFERENCIAS.....	42

INTRODUCCIÓN

Entre agosto y noviembre de 2021, el Instituto Federal de Telecomunicaciones, en colaboración con el Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social (CIESAS), emprendió un proyecto de alcance semi-nacional, estudio que contó con la participación de siete grupos etnolingüísticos en el mismo número de comunidades indígenas distribuidas en distintas entidades federativas siendo estos:

- Tarahumaras en Guachochi, Chihuahua;
- Mayos en Etchoja, Sonora;
- Huicholes en Naranjito del Copal Nayarit;
- Otomíes en El Cardonal, Hidalgo;
- Nahuas en Ahuateno, Veracruz;
- Tseltales en Tenejapa, Chiapas;
- Mayas en Tahdziú, Yucatán.

Lo anterior, con el objetivo de obtener información que permita describir la infraestructura tecnológica para consumo de medios disponible en las comunidades indígenas seleccionadas, así como los hábitos de exposición a medios, preferencias de visionado y procesos de apropiación que tienen estas audiencias con respecto de los contenidos audiovisuales, así como la forma en la que perciben su representación en medios.

Para el cumplimiento de los objetivos general y específicos, y de forma particular, se reportan los resultados encontrados en 9 hogares indígenas pertenecientes a la comunidad de Guachochi del estado de Chihuahua, en los que habitan niñas, niños, adolescentes y adultos.

Lo anterior, a través de la aplicación presencial de técnicas de investigación cuantitativas y cualitativas como entrevistas estructuradas, semi-estructuradas y observación participante. Dichas técnicas permitieron al equipo de investigación obtener información relevante con respecto a la infraestructura tecnológica de las comunidades estudiadas y sus características socioeconómicas; así como la forma en la que los hogares indígenas se relacionan con los medios de comunicación, sus preferencias, la forma en la que modifican su comportamiento a raíz de

su exposición a los mismos y describir el cómo perciben su representación y tratamiento.

Durante la investigación, de manera espontánea se aportó también información relevante respecto al impacto de la pandemia en los usos y apropiaciones de los medios de comunicación entre las audiencias de estas comunidades indígenas.

Para la presentación de los resultados de Guachochi se comienza con un apartado en el cual se describen elementos clave de su **Información sociocultural**, con apartados como: localización, historia, lengua, identidad, religión, entre otras; lo anterior, para brindar un contexto general que permita identificar las variables que inciden en la exposición a medios y contenidos audiovisuales.

Posterior a esto, se describe la **Disponibilidad de medios y señales de consumo** en Guachochi abarcando temas como la infraestructura tecnológica de telecomunicaciones disponible y sus principales características, la cantidad y tipo de dispositivos para consumir contenidos audiovisuales a través de televisión, radio e internet.

Subsecuentemente se detallan los **Hábitos de consumo** de radio, televisión e internet de los participantes del estudio con variables como señales y contenidos predilectos, usos y funciones de los contenidos, entre otras.

Una vez que se conoce esta dimensión se continúa con el apartado de **Apropiación de contenidos** en el que se describe la forma en la que las audiencias interiorizan aprendizajes dada su exposición a medios y contenidos audiovisuales, y la forma en la que esto cambia su comportamiento, les estimula a crear contenidos y coadyuva en el desarrollo de un pensamiento crítico.

Por último, se integra un apartado de **Representaciones mediáticas** en donde se aborda la percepción de las audiencias indígenas participantes con respecto a cómo son representadas en medios y contenidos audiovisuales, si detectan o no estigma y estereotipos, buenas prácticas, reproducción de desigualdad y sus propuestas para mejorar dicha representación.

Con el fin de ilustrar los resultados del Estudio en Guachochi, se muestran extractos de las entrevistas a forma de verbalizaciones y fotografías, que,

a pesar de relatar realidades individuales de los hogares participantes, no obedecen a generalidades de la comunidad incluida, ni son susceptibles a ser extrapoladas al grupo etnolingüístico que representan ni a la población indígena del país.

Cabe mencionar que los resultados completos del estudio RELACIÓN DE LAS AUDIENCIAS INFANTILES Y ADULTAS DE PUEBLOS Y COMUNIDADES INDÍGENAS CON LA RADIO, TELEVISIÓN E INTERNET, así como los resultados del ejercicio de investigación previo, publicado en 2017 que lleva por título ESTUDIO DIAGNÓSTICO DE LA RELACIÓN DE LAS AUDIENCIAS INDÍGENAS CON LA RADIO Y LA TELEVISIÓN se encuentran disponibles para su consulta a través del portal “Estudios y reportes de análisis de medios y contenidos audiovisuales”¹ del Instituto Federal de Telecomunicaciones y a través de su micrositio “Somos Audiencias”²; en donde se detallan aspectos teóricos y metodológicos de ambos estudios.

¹ Instituto Federal de Telecomunicaciones. (2021). Relación de las Audiencias Infantiles y Adultas de Pueblos y Comunidades Indígenas con la Radio, Televisión e Internet. [Enlace](#)

² Somos Audiencias. (2021). Relación de las Audiencias Infantiles y Adultas de Pueblos y Comunidades Indígenas con la Radio, Televisión e Internet. [Enlace](#)

INFORMACIÓN SOCIOCULTURAL DE GUACHOCHI

Ubicación

El municipio de Guachochi se localiza en la latitud norte 26° 49" y longitud oeste 107° 04" y a una altitud de 2,400 metros sobre el nivel del mar. Colinda al norte con los municipios de Bocoyna y Carichí; al sur con Guadalupe y Calvo y Morelos; al este con Balleza y Nonoava; al oeste con Batopilas. (INAFED, 2021).

Desde el punto de vista geográfico y cultural, el municipio de Guachochi forma parte de la región denominada Sierra Tarahumara que corresponde al sistema montañoso de la Sierra Madre Occidental perteneciente al estado de Chihuahua (Porrás, 2001). Dicho territorio es compartido por distintos grupos indígenas: Tepehuanes, Pimas, Guarijíos y Tarahumaras; este último es el más numeroso y el que habita un espacio más amplio respecto de los demás.

En Guachochi se localizan elementos orográficos e hidrológicos que constituyen su característico relieve accidentado con profundas barrancas, entre ellas, la de la Sinforosa, de gran atracción turística. Además, pertenece a la vertiente del Pacífico, formada por el río Guachochi, que entra a Sinaloa con el nombre de río Fuerte y por los ríos Urique y Batopilas, que nacen en su jurisdicción y sirve de límite meridional con Guadalupe y Calvo (INAFED, 2021).

Historia

Durante los siglos XVII y XVIII, la actividad misional en la Nueva Vizcaya estuvo dominada esencialmente por la presencia franciscana y jesuita. Los jesuitas se extendieron hacia la zona central y suroeste del actual estado de Chihuahua, espacio en donde se ubica el municipio de Guachochi (Penagos, 2004: 160- 161), fundado por los jesuitas a mediados del siglo XVIII, con carácter de pueblo de visita y con el primer nombre de Casas Quemadas (INAFED, 2021). El municipio, se creó el 31

de diciembre de 1962 mediante un decreto expedido por la Legislatura local (INAFED, 2021).

Según INAFED, durante y posterior a 1962 ocurrieron más de 42 sucesos; de los cuales, se enlistan aquellos concernientes a telecomunicaciones:

El general Gustavo L. Talamantes, gobernador del estado entre 1936 y 1940, obsequió al poblado una planta hidroeléctrica que empezó a funcionar en 1946, y quedó fuera de uso en 1972. La represa que se construyó para su instalación sirve ahora de estación a muchas aves palmípedas emigrantes, entre ellas, las zanconas garzas grises que dieron nombre a Guachochi.

En 1948 se instaló el primer aparato telefónico de Teléfonos del estado en Guachochi. Doce años después salió a la luz pública el primer periódico semanal local con el nombre de "El Piyaca".

En 1971 se estableció la Administración de Correos, la cual sustituyó a la Agencia que había venido funcionando. Luego, en 1972 la Comisión Federal de Electricidad comenzó a dar servicio, cuyas líneas eléctricas venían desde el municipio de Parral y a su paso beneficiaron también a otros poblados.

La primera línea telegráfica y de radio se inauguró el 16 de marzo de 1976; y en 1982 se fundó la estación de radio XETAR "La voz de la Sierra Tarahumara" (INAFED, 2021).

Características de la población.

De acuerdo con el Censo de Población y Vivienda 2020, el municipio cuenta con 50,180 habitantes: 24, 298 hombres y 25,882 mujeres; representando el 1.34 % de la población del estado de Chihuahua. De manera específica, en la cabecera municipal de Guachochi habitan 14,513 personas de las cuales 6,938 son hombres y 7,575 mujeres.

Respecto a la vivienda, en términos generales y en la mayoría de las comunidades, "habitan en ranchos medianamente dispersos; su vivienda consiste en una casa-habitación, un granero y un corral de madera. Las casas se construyen con madera, adobe, cantera o piedra, dependiendo del material que haya en la región" (INPI, 2021). No obstante, algunas familias que habitan en la cabecera municipal de Guachochi, por ejemplo, han edificado sus casas de block.

En muchos casos, la vivienda tiene un cuarto, pero también las hay de dos o más. El mobiliario consiste en una estufa, o calentón hecho de lámina, el metate, utensilios de cocina y una estructura de madera que sirve de cama (INPI, 2021). Algunas veces, el baño es una pieza aparte ubicada fuera de la vivienda.

Identidad

El Instituto Nacional de Lenguas Indígenas (INALI, 2009), a través de su catálogo de lenguas indígenas nacionales, reconoce al grupo etnolingüístico que habita en la comunidad de Guachochi como "Tarahumara", término que se ha diseminado en poblaciones no indígenas del país formando parte del conocimiento popular.

A pesar de lo anterior, este grupo étnico opta por autodeterminarse como "Rarámuri" (INPI, 2020) que significa "Corredores a pie" el cuál proviene de las raíces "rara" (pie) y "muri" (correr) de la lengua Tarahumara (INPI, 2021), aunque puede llegar a tener otros significados dependiendo de la religión y variante lingüística.

Lengua

La lengua Tarahumara "forma parte de la familia yuto-nahua, que se extiende desde Utah en los Estados Unidos hasta Centroamérica y está considerada junto con el Concho y el Guarijío dentro del subgrupo cahíta-ópata-tarahumara, emparentado con el subgrupo pima-tepehuano y el cora-huichol" (INPI, 2021).

En cuanto a su distribución geográfica, por lo menos existen 5 áreas dialectales inspiradas en elementos geográficos más que políticos o sociales: la del oeste, la del norte, la de cumbre, la del centro y la del sur. El área dialectal del Norte comprende parte del municipio de Guachochi; aunque también se considera a Guachochi como una de las comunidades representativas del área del centro (Valiñas, 2001, págs. 116 y 117).

La comunicación por la lengua materna tiene relevancia porque representa la persistencia de sentidos del mundo, con ello de sus costumbres y valores, de sus tradiciones religiosas, de sus cuentos y leyendas (González, 1994: 78).

Religión

Su religión se constituye tanto de elementos anteriores a la evangelización jesuita como de los que han tomado de la religión católica. Las deidades principales son Támujé Onorá o Onóruame, "Nuestro Padre", asociado con el Sol y Tamujé Yerá o Iyerúame, "Nuestra Madre", asociada con la Luna y la Virgen María (INPI). Sus principales ceremonias giran en torno al culto astral, ritos de fecundidad y ceremonias para alejar el mal, que les proporciona seguridad y tranquilidad y les ahuyenta la tristeza y el miedo (González, 1994: 88).

La religión de los Tarahumaras está presente en las relaciones interpersonales, en la institución política del pueblo, en los valores morales, normas y costumbres que rigen a su sociedad. También existen otros rituales como los de curación y los ligados al ciclo agrícola que no se realizan en la iglesia sino en algún rancho, en los campos de cultivo o en los cerros. En estas ceremonias se danza, se come y se bebe tesgüino (INPI, 2021).

Educación

De acuerdo con Sariego (1998: 181) "Tanto los misioneros jesuitas como los gobiernos liberales y posrevolucionarios consideraron la educación como el medio más importante y eficaz para lograr la evangelización, civilización o integración cultural de la población indígena de la sierra tarahumara". Más adelante este mismo autor señala que "además de catequizarlos y crear las primeras escuelas parroquiales, también se crearon internados para niños y niñas debido a la dispersión de la población; después, el sistema educativo se sustentó la enseñanza bilingüe y el aprendizaje de oficios y manualidades".

Actualmente en el municipio de Guachochi existe una amplia oferta educativa en distintos niveles para niños, niñas y jóvenes mestizos e indígenas: preescolares, primarias, secundarias técnicas, bachilleratos tecnológicos y centros universitarios como la Universidad Tecnológica de la Tarahumara, Centro Cultural Universitario campus Guachochi, Universidad Pedagógica Nacional del Estado de Chihuahua Campus Guachochi y algunos institutos privados de educación superior. Además de dicha oferta, en la cabecera municipal también hay un internado de educaciones básicas para niños y niñas rarámuri procedentes de las localidades o rancherías dispersas por la región.

Actividades económicas

Desde hace siglos, para los tarahumaras la principal actividad para su subsistencia es el cultivo del maíz. Alrededor de él se organiza la mayor parte de su vida cotidiana y ceremonial. La familia se encarga de realizar las labores agrícolas y, en caso necesario, es apoyada por otras familias de las rancherías vecinas. Además, en el mundo tarahumara, la posesión de animales como vacas, caballos, cabras, borregos o gallinas es un símbolo de riqueza (INPI, 2021).

En tiempo modernos complementan su economía con la venta de artesanías a turistas, el empleo asalariado en los aserraderos o centros de población más cercanos, así como la migración en busca de empleo a los estados de Sonora, Sinaloa, Durango o en la capital Chihuahuense (INPI, 2021).

También es común que “para buscar sustento los indígenas tarahumaras se desplacen a otras regiones del estado en busca de trabajo, aprovechando la temporada de pizca de la manzana, cebolla y chile” (Madrigal et al. 2018: 104). De igual forma “hoy por hoy, el narcotráfico en la región serrana se ha convertido en una significativa fuente de ingresos, de la cual el indígena participa trabajando con el mestizo en actividades de la siembra y cosecha de estupefacientes” (Madrigal et al, 2018: 104).

Por otro lado, en la cabecera municipal de Guachochi se desarrollan distintos tipos de establecimientos que constituyen una fuente de trabajo para mestizos o indígenas, por ejemplo, Bodega Aurrera, Coppel, minisúper, tiendas de ropa, tiendas de artesanías, restaurantes, bancos, establecimientos de préstamos, negocios de venta de telas, tiendas de abarrotes, papelería, farmacias, ferreterías, gasolineras, refaccionarias, compañías distribuidoras de internet, televisión por cable, principalmente.

Formas de gobierno y organización política.

En Guachochi existe una organización y estructura administrativa pública municipal que se compone de: presidencia, secretaría, tesorería, dirección de obras públicas y oficialía mayor. Así mismo, cuenta con autoridades auxiliares: 5 presidentes seccionales y 32 comisarios de policía (INAFED, 2021).

En el contexto rarámuri, dos elementos están implicados en el sistema de gobierno indígena; primero, su concepción sobre la autoridad y segundo, su percepción del territorio o concepción indígena de territorialidad.

Comparten una característica común para asegurar su supervivencia, la estructuración de un territorio étnico en pueblos principales que constituyen el centro de pequeños asentamientos dispersos, organizado por autoridades propias cuyas funciones principales son las de impartir justicia, preservar las costumbres, organizar y coordinar las actividades comunitarias, así como la ayuda mutua, mantener el orden, regularizar la lealtad social y, de manera aún no reconocida, representar a sus pueblos ante la autoridad no indígena (Urteaga: 2001: 187).

La organización político-religiosa se conforma por el gobernador o siríame elegido por el pueblo, ejerce las funciones de mando, de justicia, de orden público y de mantenimiento de los valores y costumbres tarahumaras. En algunas regiones existen gobernadores subordinados o menores que reconocen una cabecera tradicional.

La estructura arriba mencionada se remonta al periodo colonial, cuando los primeros misioneros jesuitas del siglo XVII eligieron a algunos de estos líderes para encabezar un cuerpo de funcionarios o "autoridades" que supuestamente les ayudaría en su labor espiritual y material, sentando así las bases del sistema de gobierno contemporáneo. En los siglos XIX y XX las autoridades del gobierno mexicano también favorecieron nuevos cambios al introducir, tanto la figura del comisario de policía, los cargos inherentes a la organización ejidal, así como los puestos y funciones derivados de las políticas indigenistas (Morales, 2019: 12).

Expresiones culturales y fiestas tradicionales

La música constituye una de las expresiones culturales más emblemáticas de la región pasando desde la música tradicional tarahumara con los matachines y los ritmos con violín y tambor; hasta la música norteña, corridos, banda y la música contemporánea.

Otro elemento característico importante es la artesanía y existe una gran variedad los tallados en piedra y corteza de pino; cestos de palma o pino; diversas formas de recipientes hechos en barro; tejidos de lana como fajas y cobijas (INAFED, 2021).

De igual manera destaca la preparación de ciertos alimentos como el pinole, el esquiate, atole, las tortillas, tamales y el tescüino todos estos elaborados con maíz (Bennett y Zingg, 1986, pp. 88-94).

El calendario festivo tarahumara está estrechamente relacionado con el ciclo agrícola. Las fiestas católicas más importantes que celebran son el

día de La Candelaria, Semana Santa, la fiesta del patrón de la iglesia, la Purísima Concepción, La Virgen del Pilar, la Virgen de Guadalupe, la Navidad, el fin de año y la Epifanía (INPI, 2021).

En las ceremonias se llevan a cabo las danzas de Matachines y Yúmari - excepto en Semana Santa en que se baila Fariseos y Pascola- y se ofrece tesgüino y comida a Onorúame, que se comparte con los asistentes a la celebración (INPI, 2021).

RESULTADOS DEL ESTUDIO

DISPONIBILIDAD DE MEDIOS Y SEÑALES PARA CONSUMO

Con el propósito de cumplir los objetivos específicos del estudio y retratar la infraestructura tecnológica disponible en Guachochi para consumo de contenidos, así como las señales, dispositivos y medios a los que los hogares tienen acceso; se reportan los principales hallazgos realizados a través del trabajo de campo.

Se identificaron instalaciones para proporcionar servicios de televisión por cable e internet. En cuanto a la TV por cable, en el poblado se ubicaron 5 distribuidores: Cosmocable, Star TV, Dish, Sky y Ve TV. La señal de los últimos 4 es de tipo satelital. Sin embargo, en los hogares entrevistados tienen contratado: Cosmocable, Star TV y Ve TV.

Es importante señalar que los hogares en donde se desarrollaron todas las entrevistas se ubican en la periferia del centro de Guachochi, aunque siguen formando parte de la cabecera municipal, y en las viviendas vecinas a estos hogares era constante la presencia de antenas Cosmocable, Star TV, Ve TV y Dish. No se identificaron estaciones o canales audiovisuales por medios digitales ni canales de TV locales.



Gráfico 1. Hogar indígena con antena Star TV.

Por otro lado, se localizó la estación y antenas principales de TELMEX en el centro de Guachochi, la cual abastece a toda la cabecera y algunas comunidades cercanas no tan adentradas en la sierra. Las antenas son dos de aproximadamente 25 a 30 m de altura, una en forma piramidal

con un tambor grande a la mitad de la antena, y la otra es recta con tambores pequeños y medianos alrededor de ella.

Con respecto a la conectividad a internet, se observaron algunos puntos de distribución como el de la compañía Hugesnet (internet satelital) y de Blue TELECOMM (internet inalámbrico); que se encuentra integrado en la contratación de la TV por cable SKY en el centro de Guachochi.



Gráfico 2. Antena de Guachochi.

telecomunicaciones en

En cuanto a las antenas, sobresale que los negocios grandes o espacios principales localizados en el centro de Guachochi presentan antenas altas rectas o piramidales. Por ejemplo, en los distintos edificios que ocupa el ayuntamiento se observaban las antenas de internet satelital HugesNet. En los establecimientos grandes como Bodega Aurrera, refacciones Chihuahua Pro One, Comercial abarrotera de Guachochi o Préstamos y empeños Wuanomi, son muy notorias las antenas colocadas en los techos.

Lo anterior contrasta con el internet recibido desde módems al interior de los establecimientos, como los centros distribuidores Telcel o en un negocio donde reparan equipo de cómputo y también hacen recargas. En cuanto al tamaño, estos lugares tienen dimensiones mucho más pequeñas en comparación con los establecimientos anteriormente señalados, además de brindar más servicios a un mayor número de gente de manera simultánea y constante.

Otras antenas ubicadas en la región corresponden a Movistar (ya no se encuentra en funciones), repetidores de estaciones de radio, canales de

TV, Telmex y Telcel. Otro punto para resaltar es que en los techos de la Universidad Tecnológica de la Tarahumara (UTT), ubicada en la periferia del centro de Guachochi, se localizan antenas largas y de internet satelital de la compañía Hughesnet.

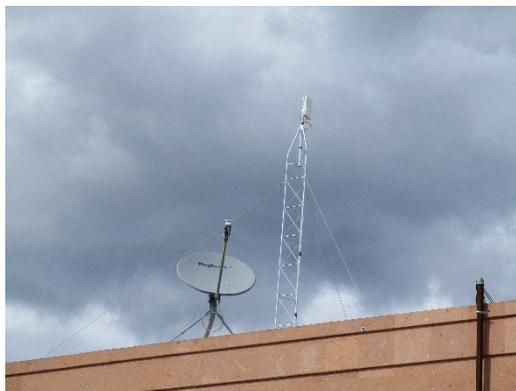


Gráfico 3. Antena ubicada sobre el Palacio Municipal de Guachochi.

Condiciones y problemas de la infraestructura de telecomunicaciones.

Los principales problemas en términos de conectividad a los que la gente se enfrenta son la falta de buena señal, tanto para el internet, como para la radio, televisión y teléfono móvil. Una de las principales barreras a los servicios de telecomunicaciones son las condiciones climatológicas de la región.

***“(testimonio sobre la disponibilidad de la radio a pesar de las condiciones climatológicas) porque es de la señal que llega y aunque esté lloviendo no se va”
(Mujer, 33 años, hogar con niñas y niños)***

Además de las condiciones climatológicas, otra de las particularidades identificadas es la geografía de la zona caracterizada por largas distancias y un terreno abrupto que impiden que las compañías de este tipo de servicios entren a todas las rancherías o poblados.

Como ya se expresó, existe más de una opción para contratar internet o TV de paga; a pesar de ello los participantes señalaron que la contratación de dichos servicios depende de diversas variables como su disponibilidad en la región, el precio o por dificultades para recibir señales de televisión abierta.

Conectividad y penetración de internet.

Se identifican puntos de conexión a internet gratuito ubicados en plaza la esperanza, plaza del centro de Guachochi y biblioteca de la XETAR. En el primer lugar se logró observar a adultos de entre 30 a 50 años y adolescentes de 12 a 15 años. En el segundo, adultos de 20 a 70 años y adolescentes de 12 a 15 años. En cuanto a otras dimensiones demográficas se identificó que la mayoría de las personas mayores fueron de origen tarahumara, mientras que los adolescentes mestizos. En la biblioteca de la radio no se observó la presencia de gente para ir a conectarse.

***"(testimonio sobre los lugares utilizados para acceder a internet) En una tienda, abierta al público para los clientes, aquí en la colonia Arboleda"
(Hombre, 37 años, hogar sin niñas, niños y adolescentes)***

En el poblado también se detectaron dos cibercafés y un lugar en el que imprimen, hacen recargas y venden accesorios de cómputo, pero no rentan computadoras con internet. Uno de los cibercafés tenía internet de Telmex y el otro de HugesNet.



Gráfico 4. Módem para obtener acceso a internet.

Dentro de los hogares, se identifica que las empresas con las que se tiene contratado el servicio de internet fijo son Telmex e Hipernet; aunque esta característica se encontró únicamente en dos hogares donde habitan adolescentes. Adicionalmente, se documenta que uno de estos hogares comparte la señal con sus vecinos.

En cuanto al servicio de telefonía móvil, destaca que los únicos centros distribuidores autorizados sean de Telcel (se detectaron 3) y ninguno de otra compañía con establecimientos como éste; además, en algunas tienditas de abarrotes también hacían recargas Telcel. No obstante, también había lugares en donde hacían recargas de la compañía Alcatel y Movistar.

En las entrevistas la mayoría de los adultos compran recargas o paquetes Telcel para hacer llamadas o tener internet en sus teléfonos móviles, solamente se identificó un hogar con adolescentes en el que se tiene el servicio de Alcatel.

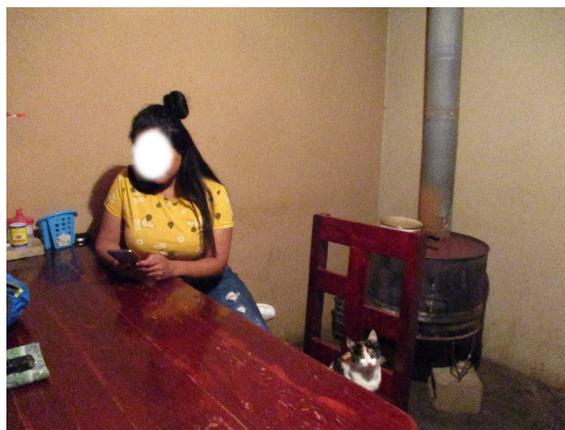


Gráfico 5. Uso del teléfono celular.

Adicionalmente, otro de los servicios de internet ofrecidos en la comunidad es el de BAIT (Bodega Aurrera), el cual consiste en recargas desde 10 pesos que incluyen tiempo aire e internet, sin embargo, no es utilizado por ningún participante.

Televisores y recepción de canales

Se identifican un total de 11 televisores en los hogares visitados de tipo LCD, Smart TV y analógico. Con respecto a las señales recibidas, de los 9 hogares entrevistados 5 tienen televisión de paga, 2 no cuentan con este servicio y 2 no tienen televisión ni consumen sus contenidos. La mayor parte de los Smart TV están en hogares con adolescentes y todos los hogares con niñas y niños poseen al menos una televisión. La señal de tele abierta en Guachochi capta el Canal de las Estrellas, Canal Cinco y Azteca 7. En cuanto a los canales del servicio de cable varían según la compañía contratada.

Aparatos radiofónicos y frecuencias

De los 9 hogares entrevistados, todos tenían de 1 a 2 aparatos radiofónicos con alcance de estaciones locales en AM y FM. Destacan el consumo de las estaciones locales comerciales “La patrona” y la “GU de Guachochi” en FM y “La XETAR” en AM del tipo comunitaria.

Los aparatos para escuchar la radio son variados pues se registraron grabadoras, modulares y radios propiamente. Solamente un hogar con adolescentes reportó poseer radio digital.



Gráfico 6. Dispositivo para consumir contenidos de radio.

Dispositivos digitales y conexión a internet para consumo audiovisual.

De forma generalizada, la conexión a internet se da a través de teléfonos celulares, laptops, tablet y Smart TV, con paquetes o planes adquiridos de la empresa Telcel.

Quienes cuentan con algún dispositivo para conectarse a internet y ver contenido son los adultos y adolescentes; sin embargo, en los hogares con niños y niñas las madres son quienes les prestan sus celulares para el consumo audiovisual.

La mayoría de los aparatos están ligados al contexto escolar, laboral y de entretenimiento.

En total se reportaron 19 celulares, de los cuales eran 17 Smart y 2 analógicos, por otro lado, 2 televisiones Smart, 4 laptops y una tablet entre todas las familias. Los tipos y costos de todos estos aparatos son variados. A continuación, se pueden apreciar parte de los motivos de las familias para comprar determinados aparatos, algunos de estos tienen que ver más con lo económico que con las características tecnológicas:

"La televisión se compró de segunda, la radio fue un regalo de su señor y el celular lo compré en abonos en la tienda Coppel"

(Mujer, 39 años, hogar con niñas y niños)

HÁBITOS DE CONSUMO

Con el propósito de conocer a detalle los hábitos y preferencias de consumo de los participantes del estudio, se reportan los principales resultados en materia de opciones de contenidos audiovisuales a los que se tienen acceso, la función que le dan a su consumo de medios (entretenimiento, aprendizaje, entre otros) y las motivaciones que se encuentran detrás de dicha interacción. Lo anterior, en el contexto de la cotidianidad de Guachochi.



Gráfico 7. Televisión en sala de domicilio de Guachochi

Televisión

Los resultados del estudio muestran diferencias en el consumo de contenidos televisivos de acuerdo con el tipo de hogar de las personas participantes. En general, los hogares sin niñas, niños ni adolescentes consumen programación de dos de los canales de televisión abierta que llegan a la región como lo son el Canal de las Estrellas y Canal 5, en los que se consumen contenidos noticiosos, telenovelas y programas de revista como Hoy. Mientras que en televisión de paga el consumo se centra en series, programas deportivos, telenovelas y Talk Show; con contenidos como El Señor de los Cielos, Laura Bozzo, La ciencia de lo absurdo; en especial a través de canales como Unicable y TUDN.

***"El programa que más me gusta es el de Laura Bozo porque son casos de vida real, y se aprende cómo uno debe ser y qué cualidades debes tener como persona"
(Mujer, 35 años, hogar sin niñas, niños ni adolescentes)***

Canal de las Estrellas y Canal 5, también fueron mencionados en hogares con niñas y niños, en especial para el consumo de contenidos noticiosos y caricaturas. Mientras que por televisión de paga se observa una diversificación de contenidos, en los que se engloban Talk shows, programas de deportes, películas, caricaturas y programas informativos. Entre las principales menciones se ubican Caso cerrado por Unicable, HBO, la UFC, películas y programas en National Geographic como “En busca de Dios”. Por otro lado, las niñas que viven en estos hogares prefieren ver las caricaturas como Peppa Pig, Paw Patrol, Dora la exploradora, Masha y el oso, Bob esponja y Hotel Transilvania.

“El programa que más veo en Boomerang es Masha y el Oso porque me atrae, nunca había visto una niña con un oso”

(Niña, 6 años, hogar con niñas y niños)

En los hogares con adolescentes ven las noticias, series, películas, novelas a través de canal Milenio y el Canal de las Estrellas, tanto la TV abierta como de paga, también caricaturas, programas de comedia, películas o series en canales como Distrito comedia, Cartoon Network, Nickelodeon, Canal 5, TNT. En este tipo de hogar solo dos viviendas consumen televisión en ambas modalidades y el otro no consume televisión de ninguna manera. Resalta el consumo de caricaturas y programas de comedia por parte de los adolescentes.

“En Distrito comedia veo 40 y 20 porque me causa gracia” (Adolescente, 15 años, hogar con adolescentes)

Las principales razones detrás del consumo de contenidos de televisión e internet son el entretenimiento, la comunicación y el aprendizaje; lo anterior aplicado en dimensiones como la vida diaria, la escuela y el trabajo. Para los hogares sin niñas, niños y adolescentes los contenidos de televisión están asociados principalmente al entretenimiento, seguido de la necesidad de estar informados a nivel local y nacional, así como al aprendizaje en general o situaciones de la vida diaria.

En este tipo de hogares los televisores están en la recámara o en la sala, lo que les permite, sobre todo a las mujeres, realizar actividades domésticas mientras escuchan y ven la televisión.



Gráfico 8. Televisión ubicada en sala.

Las funciones de los medios muestran variaciones en torno al grupo de edad. En los hogares con niñas y niños los contenidos están relacionados principalmente con el entretenimiento, seguido de lo informativo y posteriormente con el aprendizaje en el contexto laboral y de la vida diaria familiar. Los televisores están solamente en el área de la recámara y aquí las niñas de repente salían de la habitación y de la casa para jugar, después de un rato volvían a entrar y se sentaban en una de las camas frente a la televisión y continuar viendo las caricaturas.

"(Razones para consumir contenidos televisivos) Porque a veces se trata de la familia en el caso de Moana, de Pepa porque aprendo"
(Niña, 6 años, hogar con niñas y niños)

Por otro lado, en los hogares con adolescentes las principales razones para consumir contenidos televisivos giran en torno del entretenimiento, del aprendizaje en general y de estar informados a nivel local y nacional. Sus televisores están ubicados en la sala y recámara, donde particularmente los adolescentes se muestran más quietos en el lugar donde se encuentran viendo la televisión y entretenidos con la programación que consumen.

"No me gusta, nada más para ver cómo está el mundo"
(Hombre, 66 años, hogar con adolescentes)

Radio

Relativo a la radio, en todos los hogares sintoniza su programación, tanto en AM como en FM. Tres estaciones de radio locales son las que la mayoría de las personas consumen: La patrona y la GU de FM, y la XETAR de AM; sólo una mujer de 45 años perteneciente a un hogar con adultos escucha "La tremenda" de Parral, estación del municipio vecino. Si bien

en todos los hogares se escuchan las distintas estaciones de radio, las mujeres adultas de todos los hogares son quienes más la escuchan, seguido de los hombres, después por los adolescentes y por último las niñas y los niños.



Gráfico 9. Dispositivo para sintonizar radio

En cuanto a lo que consumen en la radio comunitaria invariablemente los "avisos" y los "saludos" son lo que más escuchan, seguido del contenido cultural relacionado con las prácticas tradicionales indígenas y después prefieren la música. Todo lo anterior en lengua Tarahumara.

"Porque ahí pasan los saludos para la familia o ponen avisos que alguien está enfermo en el Seguro, o que vayan para el rancho"
(mujer, 45 años, hogar sin niñas, niños ni adolescentes)

En los hogares con niñas y niños prefieren escuchar avisos y entrevistas en lengua Tarahumara. En estos contextos las niñas no suelen sintonizar la radio y no ponen mucha atención a esta, más bien quienes la consumen son sus madres.

Por parte de los hogares con adolescentes, son este grupo de edad quien menos escucha programación radiofónica, a comparación con los adultos quienes sintonizan programas como los avisos, canciones de matachines, radio educación y aquí estamos. Los adolescentes que la llegan a escuchar refieren que es en términos informativos.



Gráfico 10. Aparato de radio en hogar indígena.

El consumo de radio comercial se da primordialmente con la programación de 3 estaciones: 2 locales y 1 del municipio vecino. Las locales son “La Patrona” y “La GU” y la externa se llama “La Tremenda de Parral”. En los hogares sin niñas y niños es donde se escuchan estas 3, siendo sus contenidos preferidos aquellos relacionados con música, noticias y saludos; en especial para entretenerse y estar informados de lo que pasa a nivel local, regional y nacional. La programación la escuchan tanto en el ámbito laboral como en el hogar.

Por otro lado, los hogares con niñas y niños sólo escuchan “La Patrona” y “La GU” por la música que les entretiene en su día a día en sus hogares o en sus trabajos, y las noticias porque les informa. Las niñas de estas familias tampoco sintonizan esta radio. Mismas funciones que se identifican en hogares con adolescentes en los que, de forma adicional, la programación la escuchan tanto en ámbitos laborales como en el hogar, no se mencionó el contexto escolar.

***“(razones para escuchar radio comercial) Porque la música es más moderna”
(Mujer, 34 años, hogar con adolescentes)***

En resumen, el consumo de la radio, comercial o comunitaria está más asociado a las mujeres adultas, pues hay casos en donde la escuchan todo el día, a través de distintas estaciones y programaciones; en especial en sus hogares mientras realizan actividades, ya sea productivas o vinculadas al quehacer cotidiano.

En cuanto a estos medios de comunicación, se encuentra cierta semejanza entre la preferencia por los programas “Avisos y saludos” de la radio, espacios por los que están comunicados con sus familiares, parientes o gente de sus ranchos, y el uso que le dan a las redes sociales

como Facebook y WhatsApp, vinculadas también a la necesidad de comunicarse con familiares o personas de sus círculos cercanos que viven lejos en otros ranchos y que, por las características de la sierra, resultan ser medios eficaces. No obstante, la radio comunitaria transmite en lengua indígena de acuerdo con códigos y esquemas propios de la cultura tarahumara, además de ser un medio utilizado desde por lo menos hace 39 años, es decir tiene más tiempo usándose que las redes sociales y no requiere conexión a internet.

Internet

De forma general, por lo menos una vivienda de cada uno de los tipos de hogares tiene acceso a redes sociales: todos los hogares con adolescentes las usan, dos de los hogares con niñas y niños también y sólo en un hogar con adultos se usan redes sociales. Así mismo, al menos uno de los hogares de cada tipo accede a plataformas de vídeo gratuito como YouTube con una mayor frecuencia en los hogares con adolescentes.

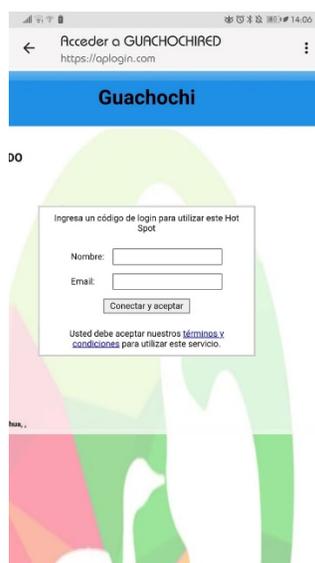


Gráfico 11. Interfaz de red pública para acceder a internet

Los hogares con adolescentes consumen vídeos e imágenes a través de WhatsApp, Facebook, Instagram y TikTok, utilizando también estas plataformas para compartir vídeos, mensajes y audios creados por ellos mismos; siendo el tipo de hogar que más utiliza redes sociales y que posee una mayor diversidad en su consumo.

Se identifica que los hogares con niñas y niños muestran similitudes con los de adolescentes en su consumo, centrándose en redes sociales como

Facebook y WhatsApp donde comparten y se exponen a audios, mensajes, vídeos e imágenes. Por último, en los hogares con adultos el consumo de redes está focalizado en Facebook y WhatsApp, pero orientado a la realización de videollamadas, mensajes y al consumo de vídeos e imágenes.

"[Consume Facebook] Para la comunicación con mi esposa por medio de mensajes"
(Hombre, 37 años, hogar sin niñas, niños ni adolescentes)

En cuanto a YouTube, está muy marcado el uso escolar, laboral y de entretenimiento. El escolar para los adolescentes, el laboral para las personas adultas y el entretenimiento es generalizado. Respecto de este último, escuchar música por esta plataforma es lo más común mientras se realiza la tarea o se hacen los quehaceres del hogar. Así mismo, se destacan funciones específicas de la plataforma como consumir tutoriales, realizar tareas, consumir contenidos noticiosos y entretenerse.

"Me mandan videos de la escuela para ver tutoriales"
(Adolescente, 14 años, hogar con adolescentes)

En cuanto a las plataformas de streaming, sólo un hogar con adolescentes consume Netflix por tarjetas de prepago en periodos vacacionales; fuera de estos, en ningún hogar se consumen plataformas de audio o de audio y vídeo.

A nivel educativo destacan las menciones de Google Classroom en hogares con adolescentes, plataforma que es usada por este grupo de edad para asistir a clases virtuales y no perder la comunicación con el profesorado de sus escuelas.

Se observan también diferencias por grupos de edad. En el caso de los adultos, el consumo de vídeos está en función de sus horarios laborales, ya que la mayoría de ellos trabajan y consumen sus contenidos en las tardes y en las noches al llegar de sus trabajos. Al medio día es menos común que consuman alguno de estos medios, pero hubo dos mujeres adultas que, sí lo hacen a esa hora, ya que se dedican al hogar. Sin embargo, algunas personas adultas utilizan casi todo el día las redes socio-digitales; por ejemplo, una mujer de 35 años refiere un consumo de redes sociales de hasta 12 horas diarias.

En cuanto a las razones que explican el consumo de redes sociales se identifican variaciones por tipo de hogar. En los hogares sin niñas, niños ni adolescentes su principal uso es la comunicación, especialmente con sus familiares, pareja, amistades y con sus jefes en términos laborales por medio de mensajes o videollamadas.

"Para tener contacto con la familia y amigos y para mandar mensajes o para ver qué publicaron y qué chismes hay" (Mujer, 35 años, hogar sin niñas, niños ni adolescentes)

Por otro lado, los hogares con niñas y niños asocian las redes sociales con el entretenimiento, el aprendizaje y el acceso a información. Especialmente en el ámbito laboral, escolar, doméstico y familiar.

Por el lado de los hogares con adolescentes, destaca el uso de las redes sociales para la comunicación con familiares, acceso a información y al entretenimiento.



Gráfico 12. Computadora de escritorio para cubrir funciones de comunicación, acceso a la información y entretenimiento.

En todos los contextos el uso de WhatsApp se vincula específicamente a la comunicación entre personas, mientras que el Facebook se asocia tanto al entretenimiento como a la comunicación, pero en menor medida. Resultó significativa la necesidad de comunicarse con familiares o personas cercanas que viven en ranchos o comunidades alejadas de Guachochi, ya que, como se mencionó antes, es relativamente más fácil estar informados por estos medios dadas las largas distancias que hay entre comunidades además de las características geográficas de la sierra.

Para cerrar este subapartado, en los hogares podemos encontrar los siguientes elementos relacionados con tener o no acceso a contenidos audiovisuales como redes sociales, plataformas de video o de streaming, sin ser necesariamente una regla: el manejo y uso del internet, el pago de servicio de internet ya sea en modalidad fija o móvil y contar con medios o dispositivos digitales que permitan tener este tipo de conexión wifi. En este sentido, los hogares que no usan redes sociales, que no tienen acceso a plataformas de video y que en general no se conectan a internet, carecen de dispositivos digitales que posibiliten esta conexión.

APROPIACIÓN DE CONTENIDOS

Como parte de los resultados obtenidos, se presenta información detallada sobre los procesos de apropiación a través de los cuáles las audiencias de Guachochi adecúan los contenidos a sus realidades comunitarias, modifican su comportamiento, crean contenidos y valoran sus derechos como audiencias.

Existen contenidos que los participantes adecuan a sus realidades cotidianas, domésticas, familiares y laborales. Se identifican con ellos por medio de experiencias personales. Ejemplo de ello se manifiesta en la respuesta de una niña quien mencionó que de las cosas buenas o importantes que le han dejado los programas que le gustan ha sido:

"Aprendizaje como lavar mi ropa, ir a traer agua con un galoncito para el arroyo"
(Niña, 6 años, hogar con niñas y niños)

Por otro lado, cuando se preguntó si lo que ven en televisión tiene relación con lo que sucede en tu vida, una mujer respondió:

"Sí, como que muchas mujeres son maltratadas y así es la rutina de ellas, yo antes pensaba por qué a la gente de nuestra raza nos pegan mucho y a partir de que vi los programas supe que a la gente de otras razas también les pasa esto"
(Mujer, 33 años, hogar con niñas y niños)

En las redes sociales, una de las adecuaciones que se presentan es la manera de comunicarse, ya que, como se mencionó antes, una de las principales funciones que les dan a estos medios es la comunicación. Esta adecuación tiene que ver con la lengua; es decir, se envían mensajes escritos o de audio a través de WhatsApp en tarahumara cuando la configuración de estas plataformas está dada en español. No todos los informantes tienen la práctica de comunicarse en tarahumara por estos medios, por ejemplo, los más jóvenes, como los adolescentes, lo hacen en español.

Así mismo se identifican formas en las que las audiencias utilizan los medios para hacerle frente a los desafíos de su comunidad, por ejemplo, una mujer de 44 años perteneciente a un hogar con adolescentes señaló que coordina una iniciativa de ayuda hacia la gente necesitada por medio de donaciones de alimento, ropa, juguetes, dinero, etcétera. Tiene un perfil en esta red donde comparte por medio de videos e imágenes los apoyos que brinda a la comunidad. En esta iniciativa participan sus hijas adolescentes y su esposo quienes también fueron entrevistados.



Gráfico 13. Familia con adolescentes.

En la radiodifusora comunitaria es donde destacan adecuaciones por parte de la misma radio hacia una de sus poblaciones objetivo como lo es la rarámuri, pues los contenidos están tanto en lengua indígena como en español. De igual forma la generación de espacios como la transmisión de los avisos o contenidos sobre medicina tradicional, culturas indígenas, o los spots del gobierno federal sobre alguna política nacional se traducen y se transmiten en lengua indígena.

En la pandemia, por ejemplo, las clases se transmitieron por esta estación tanto en español como en Tarahumara, dando un espacio exclusivo dentro de la barra programática denominado "Radio Educación", que a la fecha se encuentra en su quinta temporada.

También se observa la forma en la que los hogares adecuan los contenidos de plataformas como YouTube a sus contextos académicos y laborales.

"(Implicaciones laborales del uso de YouTube) le han ayudado para ver estrategias de enseñanza, en 1° y 2° grado de primaria, bajar material para sus alumnos los fines de semana"

(Mujer, 34 años, hogar con adolescentes)

En concreto los contenidos consumidos en TV, redes sociales y YouTube permean en los contextos laborales, domésticos, familiares, de la vida diaria y comunitaria y viceversa, la lengua, la cultura y algunas prácticas culturales influyen en los contenidos o configuración de los medios.

Cambios de comportamiento

La observación participante permitió conocer que, según los rangos generacionales los informantes cambiaban su comportamiento en función de los medios y contenidos que consumían. En el caso de las niñas, ellas permanecían atentas a las caricaturas, pero había momentos en los que se salían de la habitación en donde estuvieran viendo la TV para jugar fuera de la casa. Después de algunos segundos o pocos minutos, regresaban a ver la televisión nuevamente concentradas. Este comportamiento llegó a ocurrir de una a dos veces por niña. Mientras se encontraban afuera, de repente se escuchaban sus voces como si estuvieran hablando con alguien.

Comparando con el uso de los celulares que les prestaban sus madres, al tenerlo en la mano, prestaban más atención y se les veía más entretenidas, pues también había más interacción por el hecho de también usar las manos y los dedos para manipular los aparatos e ir cambiando de contenido.



Gráfico 14. Teléfono inteligente para consumo de contenidos.

En los adolescentes, por otro lado, su nivel de concentración y atención hacia lo que estaban viendo era mucho mayor comparada con la de las niñas y niños, especialmente con los contenidos de televisión, pues se mostraban atentos y expectantes. Los adolescentes que sí consumían televisión tenían en sus manos sus teléfonos celulares que, eventualmente, consultaban. Cuando le dedicaban tiempo completo a sus dispositivos

digitales como los celulares, también permanecían atentos a lo que hacían como cuando mandaban un mensaje, por ejemplo. En otro contexto, cuando usaban el celular para poner música mientras hacían la tarea, realmente ponían atención a la música sin descuidar las actividades escolares que se encontraban haciendo.

En cuanto a los adultos, sobre todo las mujeres, veían la tele, o contenido de redes sociales sentadas en sus recámaras o en los sillones de la sala y realizaban actividades domésticas ya fuera en la cocina o de repente salían al patio. Los hombres, también en el ámbito del hogar, veían la tele y a veces al mismo tiempo revisaban sus teléfonos celulares sentados en sus recámaras o en alguna silla o sillones de la sala.



Gráfico 15. Televisión situada en la cocina

En la tarde o noche cuando la mayor cantidad de los miembros de la familia se encuentran en el hogar, comentan sobre videos, fotos o memes, entre otras cosas que no estuvieran relacionadas con consumo de medios. En menor medida también lo hacían a la hora de la comida, pero no todos los miembros se encuentran a esa hora.

Creación de contenidos

De acuerdo con la información hay tres situaciones en donde la comunidad participa en la creación de contenidos. Una de estas situaciones es la colaboración de un consejo consultivo con la estación XETAR en cuanto a la conformación de la barra programática y a los contenidos de los programas. Una segunda situación, también a partir de la XETAR es una dinámica recíproca específicamente en el programa de avisos “El mensajero de la sierra tarahumara”, donde los mensajes que se transmiten los locutores y locutoras son proporcionados por la gente de distintas poblaciones aledañas a Guachochi o a la sierra tarahumara. Estos mensajes suelen ser de tipo informativo, por ejemplo, una mujer señaló que le gusta el programa de los avisos:

***"Porque a veces avisan de personas que conozco".
(Mujer, 39 años, hogar con adolescentes)***

En este mismo sentido, un hombre dijo:

***"Porque ahí se entera uno de las becas, de alguien de
alguna gente de mi comunidad, algún familiar que se
enfermó, porque cumplan años o porque vayan a la
fiesta" (Hombre, 37 años, hogar sin niñas, niños y
adolescentes)***

La tercera situación corresponde a las redes sociales, se puede ejemplificar con un perfil de Facebook "Caritas felices", el cual gestiona una mujer de 44 años perteneciente a un hogar con adolescentes. Este espacio lo utiliza para solicitar donaciones económicas y en especie para poderlo repartir a la gente que lo necesita y también publica imágenes y videos donde evidencia la entrega de esos apoyos a distintas personas como adultos, niñas y niños.

Derechos de las audiencias

La mayor parte de la población desconoce los derechos que tienen como audiencias al recibir o no cierto tipo de información por distintos medios. Parte del contenido que reciben, en mayor o menor medida, se ve limitado no sólo a lo que las empresas de TV por cable o los contenidos de redes sociales o plataformas les presentan, si no a los fallos o falta de señales y a la infraestructura limitada en telecomunicaciones. La mayor parte del tiempo, este escenario está implícito en su cotidianidad y aunque ocasionalmente les pueda resultar molesto, ya se acostumbraron a ello.

Además, la percepción de la representación de la realidad sobre su pueblo o comunidad, ligado con la verdad y la legitimidad de los contenidos que ven o escuchan; se observan en varias de sus opiniones, así como la necesidad de transmitir en español y en Tarahumara.

Cabe decir que esta apreciación se observó más en los adultos, pues las niñas, niños y adolescentes no manifestaron indicadores al respecto.

Dentro de los hogares conformados por adultos, la mayoría no reconoce programas de televisión, programas o contenidos de plataformas donde describan cómo son los pueblos indígenas o su comunidad, o que representen la realidad de sus poblados. Asimismo, pese a que las radios transmiten avisos, prevalece una necesidad de informar a la manera de

esos mensajes. Al respecto, una persona mencionó lo siguiente sobre lo que pensaba de los mensajes y contenidos sobre los pueblos indígenas que se transmiten desde la radio, la televisión y ahora en internet:

***"Pues en la comunidad la gente indígena no tiene cómo saberlo, la gente manda mensajes"
(Mujer, 45 años, hogar sin niñas, niños y adolescentes)***

Así mismo, se encontraron manifestaciones en las que los participantes dan por sentado que los contenidos son reales por el hecho de ser transmitidos en determinados medios. Observando que por internet y por la radio si hay representación de sus comunidades, aunque esta se realiza de forma sesgada o parcial:

***"La mayoría de ellos solamente ven como el lado pintoresco, folklórico, pero no ve las problemáticas que existen en la sierra, incluso el municipio propio anuncia las problemáticas, por ejemplo, en semana santa dicen: "visiten Guachochi", pero no dice: ahorita hay jóvenes que están metido en temas de drogas, alcohol, niños y adolescentes, ni siquiera lo voltean a ver"
(Mujer, 28 años, hogar con niñas y niños)***

REPRESENTACIONES MEDIÁTICAS

Como parte crucial del trabajo de campo, se presentan los resultados sobre la percepción que las audiencias de Guachochi tienen sobre su representación y tratamiento en medios y contenidos audiovisuales. Lo anterior, para conocer desde sus voces y múltiples realidades, la forma en la que se detectan estigmas, estereotipos y buenas prácticas en los medios y contenidos a los que son expuestos. Así como sus propuestas para mejorar dicha representación.

Representaciones y estereotipos

El análisis de datos mostró que no se mencionaron contenidos sobre estereotipos o estigmas hacia las comunidades indígenas a través de la televisión, en especial por parte de los entrevistados pertenecientes a hogares con niñas y niños. Sin embargo, comentaron que, en redes sociales, específicamente en Facebook, si han encontrado este tipo de contenido como memes que son graciosos, pero presentan lenguaje racista y discriminatorio.

Por otro lado, las audiencias opinaron que algunos perfiles de Facebook como la del ayuntamiento de Guachochi, muchas veces sólo divulgan el lado pintoresco o folclórico de los tarahumaras. Y nuevamente apelan a que lo que se transmita sea real, que no obedezca a las esferas de poder.

***"Me gustaría que fueran más reales, más de diálogo con la comunidad y no con gente que está en el poder"
(Mujer, 28 años, hogar con niñas y niños)***

Por otro lado, se hizo mención que en redes sociales y programas se recurre a una estigmatización de los tarahumaras, es decir que se generalizan automáticamente las acciones de este grupo, sobre todo las que son consideradas como negativas o motivos de burla.

"Programas en los que generalizan que todas las personas son iguales por el hecho de ser indígenas, si ven a una persona indígena en un mal comportamiento dicen que todos son así. O luego se hacen estereotipos"

***de la misma persona indígena porque tiene ciertas características y no todos somos iguales”
(Mujer, 34 años, hogar con adolescentes)***

Todos estos ejemplos de estereotipos o estigmas, como se pudo notar, se ubican en los contenidos de internet, y en específico por redes sociales a través de videos, post e incluso memes.

Buenas prácticas

La mayoría de los participantes identifican a la radio comunitaria XETAR como un espacio en donde lo que comunican es más real, se habla en lengua indígena e incluso fortalece su identidad.



Gráfico 16. Plaza pública representativa de Guachochi

Por otro lado, se muestra cierto orgullo por parte de los entrevistados cuando en algún medio que han consumido (ya sea en entrevistas, videos o en documental) hablan sobre María Lorena Ramírez, una corredora de fondo y ultramaratón, perteneciente al grupo Tarahumara y originaria de Guachochi quien ha tenido varios reconocimientos a nivel nacional e internacional por su desempeño como atleta.

***“No he visto tantos que hablen sobre la comunidad rarámuri, acaso 1 o 2 como el de Lorena Ramírez, la corredora, en el canal de la UNAM sobre las comunidades y obras de conservación de suelo”
(Mujer, 28 años, hogar con niñas y niños)***

Así mismo, cuando se refieren a la programación que se transmite y escuchan en la radio XETAR, la señalan como un medio, a comparación de los otros, que está más apegado a las realidades y necesidades tarahumaras.

Cuando se le preguntó a una mujer sobre si identificaba programas de tv, radio o en internet en los que mencionan la importancia de comprender y respetar las prácticas y creencias de los pueblos indígenas, ella respondió:

***"No, por tele no, en la radio XETAR sí"
(Mujer, 33 años, hogar con niñas y niños)***

Propuestas desde la audiencia

De manera explícita está presente la predilección por que los contenidos que transmiten los distintos medios sean en ambas lenguas: español y tarahumara.

Más que atributos positivos, se identificaron contenidos que representan la realidad de las comunidades tarahumaras. En la misma radio XETAR destacan los programas música de la alta y baja tarahumara, cultura indígena de Chihuahua, medicina tradicional y salud, radio educación indígena, derechos de los pueblos originarios, los saludos y los avisos, todos los días de la semana, tal como se puede apreciar en la programación de esta radiodifusora.

Por otro lado, se reconoció un grupo que apoya a gente que necesita ropa, alimentos, medicinas, etcétera, dirigido por una de las mujeres entrevistadas de 44 años perteneciente a un hogar con adolescentes, que lleva por nombre "Caritas felices". Este grupo publica y solicita el apoyo por medio de redes sociales, sin embargo, lo hace en español y desde un esquema que no es propio de la cultura tarahumara, tiene un enfoque asistencialista. Además de éste, no se hallaron grupos o colectivos que estén generando producciones audiovisuales desde una mirada propia.

Percepción de brechas y desigualdades

Las desigualdades que se pueden percibir en los contextos estudiados son la comunicación de una imagen estereotipada de los pueblos indígenas principalmente en redes sociales, así como la difusión y presentación de contenidos en función de intereses políticos o de quienes tienen el poder como se pudo apreciar en los apartados anteriores. Aquí se retoma una de las respuestas que dio un hombre cuando se le preguntó sobre lo que pensaba de los mensajes y contenidos sobre los pueblos indígenas que se transmiten desde la radio, la televisión y ahora en internet:

"Lo hace gente que no conoce la realidad, que tiene información muy superficial"

(Hombre, 66 años, hogar con adolescentes)

Sobre la infraestructura también hay limitaciones al respecto. En varios apartados se ha mencionado que la geografía es una característica de estas zonas, misma que algunas ocasiones, termina fungiendo como una barrera al acceso de medios y contenidos. Algunas de estas no están pensadas para estos espacios y contextos socioculturales indígenas, más bien están diseñadas por mestizos para una población mestiza mayormente representada comparada con los grupos indígenas.

Por último, se identifica a la lengua como una limitante en términos de comunicar las formas de las tecnologías y su funcionamiento, así como los contenidos mismos que emiten dichas tecnologías; esto se nota en las radios comerciales, en los canales de tv, en internet.

COMENTARIOS FINALES

El Estudio RELACIÓN DE LAS AUDIENCIAS INFANTILES Y ADULTAS DE PUEBLOS Y COMUNIDADES INDÍGENAS CON LA RADIO, TELEVISIÓN E INTERNET tuvo como finalidad principal obtener información que permitió describir la infraestructura tecnológica disponible en las comunidades indígenas seleccionadas, los hábitos de exposición a medios, preferencias de visionado y procesos de apropiación de sus habitantes, así como la forma en la que estos perciben su representación en medios.

En lo que respecta a la comunidad de Guachochi en Chihuahua, se obtuvo información valiosa de los tópicos antes mencionados que permitió al equipo de investigación realizar reflexiones en torno a cómo las audiencias de Guachochi se relacionan con los medios de comunicación y sus contenidos.

En primera instancia, se identificó una DISPONIBILIDAD DE MEDIOS Y SEÑALES DE CONSUMO variada, que se divide en televisión abierta y de paga, internet satelital e inalámbrico, puntos de acceso gratuitos de internet y dispositivos para escuchar la radio, estos últimos, distribuidos en la totalidad de hogares participantes.

A pesar de lo anterior, se reportan barreras que inciden en los medios y señales disponibles como las condiciones climatológicas y la lejanía de la región de estudio; que influyen en que las señales presenten fallos continuos o sean limitadas, afectando significativamente su calidad.

En cuanto a HÁBITOS DE CONSUMO, se encontró que los contenidos más vistos pertenecen a los géneros noticiosos, telenovelas, programas de revista, deportivos y Talk Shows; con una mayor diversidad de TV de paga sobre TV abierta. Siendo las principales funciones atribuidas a la televisión las de entrenamiento, acceso a la información y la obtención de aprendizaje.

Destaca el papel de los contenidos radiofónicos, que, además de ser considerados para el entretenimiento y el acceso a la información, son relevantes para el acercamiento de la comunidad a través de avisos, saludos, transmisión de prácticas culturales propias de la región y música. Todo lo anterior, respetando los códigos y esquemas de los Rarámuris.

El consumo de contenidos a través de internet mostró variaciones de acuerdo con el grupo de edad, siendo los adolescentes quienes

mostraron un consumo mayor. Aunado a lo anterior, las principales funciones atribuidas al internet fueron la comunicación, el entretenimiento y el acceso a la información. Los hallazgos también indicaron que la posesión de dispositivos digitales delimitó el acceso a contenidos de internet y la contratación de servicios y plataformas.

Además de las funciones descritas en párrafos anteriores, los resultados mostraron dinámicas de **APROPIACIÓN DE CONTENIDOS**; siendo los medios una punta de lanza para la adquisición de aprendizajes cotidianos, capacitación para el trabajo, visibilización de dinámicas de violencia de género y promoción de iniciativas a favor de la comunidad.

De forma específica, destacó el papel de la radio al emitir contenidos en lengua Tarahumara, promover la cultura de Guachochi, incentivar la participación de las audiencias en la creación de contenidos y participar en programas de educación a distancia a raíz de la pandemia por COVID-19.

Con respecto a las **REPRESENTACIONES MEDIÁTICAS**, las audiencias reportaron contenidos en redes sociales y televisión que refuerzan prácticas de estigma y discriminación, como lo son la diseminación de comentarios racistas o bien, de generalizaciones donde la comunidad es representada únicamente como un lugar folklórico o por hechos negativos de algunos de sus habitantes.

En cuanto a buenas prácticas destacó el papel de la radio comunitaria que fue percibida como el medio más real, capaz de fortalecer la identidad y conocer las necesidades de la comunidad. Las audiencias proponen que los contenidos sean transmitidos tanto en tarahumara como en español.

A forma de cierre, es preciso señalar que los resultados del Estudio no sólo contribuyen a dar a conocer información sobre la relación de las audiencias indígenas con medios y contenidos audiovisuales; sino también, permiten el enriquecimiento de líneas de investigación para el diseño de políticas públicas inclusivas y específicas que promuevan el respeto y el desarrollo de los pueblos y comunidades indígenas del país.

REFERENCIAS

- Bennett W. C. y Zingg, R.M. (1986). Los tarahumaras, una tribu india del Norte de México. México: Clásicos de la Antropología, Instituto Nacional Indigenista.
- González Rodríguez, L. (1994). Tarahumara, la Sierra y el Hombre. México: Ed Camino.
- Instituto Nacional de Pueblos Indígenas. (2009). Catálogo de las lenguas indígenas nacionales. Variantes lingüísticas en México con sus autodeterminaciones y referencias geoestadísticas. Disponible en: https://www.inali.gob.mx/clin-inali/html/v_tarahumara.html
- Instituto Nacional de los Pueblos Indígenas (INPI). (2021). Etnografía del pueblo Tarahumara (rarámuri). Disponible en: www.gob.mx/inpi/articulos/etnografia-del-pueblo-tarahumara-raramuri
- Instituto Nacional de los Pueblos Indígenas (INPI). (2020). Atlas de los pueblos indígenas de México. Disponible en: <http://atlas.inpi.gob.mx/tarahumaras-etnografia/>
- Instituto Nacional para el Federalismo y el Desarrollo Municipal (INAFED). (2021). Guachochi. Enciclopedia de los Municipios y Delegaciones de México. www.inafed.gob.mx/work/enciclopedia/EMM08chihuahua/municipios/08027a.html
- Instituto Nacional para el Federalismo y el Desarrollo Municipal (INAFED). (2021). Sistema Nacional de Información Municipal (SNIM). Disponible en: <http://www.snim.rami.gob.mx/>
- Madrigal, J., Carrera, C., Vergara, M. (2018). El ejercicio de la práctica educativa, en la Sierra Tarahumara, en Revista de Investigación Educativa de la REDIECH, 9 (16), pp. 99-118.
- Morales, M.V. (2019). Sistema normativo de gobierno rarámuri en Naráachi, en Comisión Estatal para los pueblos Indígenas. Sistemas normativos indígenas en Chihuahua (pp. 6-25). México: Gobierno del Estado de Chihuahua.

- Penagos, E. (2004) Investigación diagnóstica sobre las misiones jesuitas en la Sierra Tarahumara. Cuicuilco, Revista de la Escuela Nacional de Antropología e Historia, Nueva época, 11 (32), pp. 157-204.
- Porras, E. (2001). La Sierra Tarahumara: una región multiétnica en Claudia Molinari y Eugeni Porras (coords). Identidad y cultura en la Sierra Tarahumara (pp. 15-34). Colección Obra diversa. México: INAH-Gobierno del Estado de Chihuahua.
- Sariego, J.L. (comp.). (1998). El indigenismo en Chihuahua. Antología de Textos. México: ENAH Chihuahua-INAH y Fideicomiso para la Cultura México/USA.
- Urteaga, P. (2001). La legislación sobre el derecho indígena y la territorialidad comunitaria en la Sierra Tarahumara México, en Claudia Molinari y Eugeni Porras (coords.). Identidad y cultura en la Sierra Tarahumara (pp. 183-192). Colección Obra diversa. México: Coedición del INAH y el Congreso del Gobierno del Estado de Chihuahua.
- Valiñas, C. (2001). Lengua, dialectos e identidad étnica en la Sierra Tarahumara, en Claudia Molinari y Eugeni Porras (coords). Identidad y cultura en la Sierra Tarahumara (pp. 105-126). Colección Obra diversa. México: INAH-Congreso del Gobierno del Estado de Chihuahua.