

# 1

---

## TELEVISION Y CULTURA EN DOS COMUNIDADES PUREPECHAS

Por Ramón GIL OLIVO

### *Introducción*

Un fenómeno relativamente reciente en las comunidades purépechas es la irrupción en su seno de los medios de comunicación colectiva, entre los que se cuentan el cine y la televisión como los de mayor importancia, debido a su capacidad de penetrar los estratos más aislados de la sociedad en general y a su habilidad para influir en la conducta de los individuos.\* La realidad y fuerza de esta presencia ha planteado la necesidad de efectuar estudios que definan el tipo de modificaciones que estos medios provocan entre los miembros de las comunidades y en la cultura purépecha en general. Aquí partimos de las evidencias proporcionadas por las investigaciones efectuadas en otras sociedades, algunas correspondientes a países altamente industrializados, como los Estados Unidos, Gran Bretaña o Francia, y otras pertenecientes a países en vías de desarrollo, como Venezuela, Colombia o Perú y con problemas parecidos a los nuestros. Dichas evidencias señalan que las características de la imagen hacen de ella un portador de contenidos mucho más pleno y efectivo que la palabra misma,

\* En el presente texto nos ocuparemos fundamentalmente de la televisión, el medio más reciente y de mayor impacto en la región.

y que los contenidos que transmite y logra filtrar en la mente de los espectadores conforman un amplio abanico de valores, que pueden ser tanto de carácter moral y político como de índole estético e ideológico. Existe la certeza de que la imagen televisiva induce cambios en la personalidad de los individuos a una profundidad aún mal precisada, inculcándoles pautas de comportamiento social, modificando las concepciones que poseen de la vida en general, del medio en que habitan, de la familia y las personas que los rodean, así como sobre la vestimenta y otros aditamentos corporales, pero también en su mímica, su higiene y su dieta alimenticia, todo lo cual es parte insoslayable de la cultura étnica. Estudios interdisciplinarios, que provienen tanto de la psicología, de la sociología como de la estética, han buscado identificar los mecanismos que hacen del cine y de la televisión medios tan poderosos en su afán de convencimiento<sup>1</sup>. En la actualidad se considera que la aparente relación referencial de la imagen con los objetos y seres que busca representar, tiende a borrar una serie de barreras propias del lenguaje verbal, facilitando, por un lado, la elaboración e inducción de conocimientos, y, por el otro, su aceptación y aprendizaje. Por este motivo, es importante también determinar el papel que la televisión desempeña en la educación informal que la población purépecha en edad escolar recibe fuera de los recintos de enseñanza, tomando en cuenta que su educación tradicional se basa en la proporcionada en el seno familiar ya que la educación formal a través de instituciones abocadas para ello, ha funcionado con base en políticas que por lo general soslayan la importancia de la lengua étnica como factor de preservación cultural y de integración social.

Los medios de información colectiva vienen a su vez a alterar de manera violenta el concepto tradicional de *comunicación* hacia el interior de la etnia. De una forma de comunicación ejercida mediante su instrumento más importante, la lengua, cuya función residía en intercambiar información en el interior de la colectividad, promoviendo, por lo mismo, su cohesión interna, se pasó a una forma de comunicación impuesta desde el exterior a través de medios totalmente nuevos y cuya complejidad técnica rebasa los linderos de comprensión de la generalidad de los habitantes de la región. De ser personas integradas a una comunicación de carácter socializado, en donde todos los miembros de la etnia se en-

contraban en igualdad de condiciones y en la cual todos eran sujetos activos en el intercambio de información, de pronto con la televisión pasaron en alto porcentaje a ser objetos pasivos de la misma. Es decir, de su condición anterior como emisores-receptores, pasaron a ser simplemente receptores de información visual y verbal elaborada por individuos ausentes, lo cual les impide reconocer intenciones, intereses y, por lo mismo, el significado real de la información que reciben. Se transitó así, de manera violenta, desde una comunicación plena a una comunicación incompleta e impositiva. Incompleta porque los habitantes de las comunidades purépechas —como la mayoría de los espectadores de cualquier estrato social— están imposibilitados para dar cualquier respuesta; e impositiva porque no se les toma el parecer acerca de aquello que quieren ver y escuchar. De un tipo de comunicación directa y comunal a través de la lengua nativa se pasó a un tipo de comunicación indirecta ejercida por un grupo exterior dominante. Esta no es, sin embargo, más que una de las formas recientes como se manifiesta una historia de dominación, de opresión y de intentos por anular a la etnia, y que vienen desde tiempos anteriores a la conquista. En términos generales la comunicación misma que llevan a cabo los miembros de las comunidades en el interior de éstas ha sufrido enormes modificaciones a través de los siglos. Ello no sólo se debe a políticas culturales siempre dirigidas desde el exterior en relación con los purépechas, sino también a todo un conjunto de actividades no estrictamente culturales. Las formas administrativas impuestas, así como los profundos cambios en la economía indígena y su supeditación a los mandatos de la metrópoli o del centro, modificaron profundamente a la sociedad purépecha, sus formas de convivencia, su dieta alimenticia, su vestimenta e, incluso, su entorno ecológico tradicional, limitando y transformando, por lo tanto, aquella realidad con la cual tenían contacto cotidiano. De tal manera, en la época prehispánica estuvieron los intentos de dominio por parte de los aztecas, y de la utilización del náhuatl como lengua de comunicación principal entre los pueblos sojuzgados con antecedentes lingüísticos diferentes<sup>2</sup>. Después, estuvo la violenta irrupción de los españoles, lo cual significó una catástrofe para todas las culturas nativas de Mesoamérica. Si antes de la conquista se había logrado un *status quo* en la intercomunicación que se daba entre los diferentes pueblos nativos<sup>3</sup> —siguiendo los purépechas

un intercambio natural de préstamos culturales con el pueblo más poderoso, el azteca, sin supeditarse nunca a él—, el contacto con los españoles significó el inicio de una aculturación forzosa que trajo cambios radicales para todos los componentes de la cultura de la etnia. El saqueo de Michoacán en 1530 por Nuño de Guzmán, y la anulación de Tzintzuntzan como centro ceremonial, cultural y político de los tarascos, fue, a *grosso modo*, la primera y trágica experiencia con los métodos utilizados por los conquistadores en sus intentos de sometimiento y anulación del pueblo purépecha. Estas fueron, también, las primeras experiencias con una forma impositiva de comunicarse provenientes desde un grupo ajeno y muy diferente a la generalidad de los pueblos geográficamente próximos a los purépechas. Esta forma impositiva se ha manifestado en las políticas seguidas posteriormente respecto a la lengua y al modo de educar a los miembros de esta etnia en particular y a los de las demás etnias del país en general. Desde la conquista estas acciones han sido orientadas hacia aspectos que, conformes con cierto momento histórico, “se adecuan a los planteamientos que se tienen en boga y que, por lo tanto, responden a las circunstancias en que se encuentra el sistema social y político”<sup>4</sup>. Sin embargo, el principal obstáculo para la realización de estos planes, ha sido la presencia de una gran variedad lingüística entre los habitantes del país. Es por ello que todas estas políticas de asimilación buscaron resolver el problema lingüístico como paso necesario en la aplicación de otras políticas. De tal manera, durante la Colonia se planteó como tarea prioritaria la castellanización de los habitantes de la Nueva España. Con la Independencia, se buscó unificar no sólo lingüísticamente sino también racialmente a los habitantes del país, surgiendo con la Constitución de 1857 ideas en torno a utilizar el castellano como lengua oficial pero conservando la presencia de las lenguas nativas. Con el porfiriato se retomó la idea de asimilar totalmente a los grupos indígenas a los valores y formas de vida occidentales. En los años que siguieron a la revolución de 1910, principalmente a partir de la creación de la Secretaría de Educación Pública en 1921, la población indígena fue atendida bajo programas generales que se ocupaban de la población rural sin hacer mayores diferencias de sus rasgos étnicos y culturales. Esta situación se modificó sustancialmente a partir de 1936 con Lázaro Cárdenas como Presidente de la República, al adoptar

una actitud de respeto hacia la lengua y los pueblos indígenas y estableciendo proyectos concretos encaminados a su alfabetización en su propia lengua. Como sabemos, respecto a la región que nos interesa, de estos esfuerzos surgió el Proyecto Tarasco, coordinado por el lingüista norteamericano Mauricio Swadesh, y con la participación de Maxwell D. Lathrop, del Instituto Lingüístico de Verano, entre otros. La actividad desarrollada en este proyecto fue muy fructífera. Sin embargo, durante el período de Avila Camacho fue abandonado, y solamente hasta 1945 fueron aplicadas políticas para la alfabetización de indígenas monolingües estableciéndose un instituto para tal efecto, integrado por pedagogos, lingüistas y antropólogos. En 1948, durante el régimen de Miguel Alemán, se fundó el Instituto Nacional Indigenista, entre cuyas tareas estaba alfabetizar a los grupos indígenas auxiliado también por el Instituto Lingüístico de Verano y la Secretaría de Educación Pública. Estas instituciones se encargarían de elaborar materiales para la alfabetización y de capacitar promotores bilingües. Paradójicamente, en este mismo período nace la televisión comercial, de la que Miguel Alemán sería un principal promotor. Este medio de comunicación se transformaría rápidamente en uno de los principales instrumentos de penetración y aculturación entre los grupos indígenas y cuya presencia actualmente es contundente en la mayoría de las comunidades purépechas. Es evidente que éste y otros medios de comunicación —la radio, el cine, los comics— nulifican en gran medida los esfuerzos tendientes a la preservación y fortalecimiento de la cultura purépecha. Cabe preguntarse el por qué dichos medios no han sido utilizados en totalidad o en parte para satisfacer las necesidades culturales de las etnias existentes en el país, como también cabe preguntarse quiénes son los concesionarios de dichos medios. Estas preguntas son necesarias ya que si bien los medios de comunicación son neutrales en esencia, quienes no son neutrales son aquellos que los utilizan. De tal manera, los medios se convierten en instrumentos en manos de algunos individuos que pueden utilizarlos —para bien o para mal— sobre amplios sectores de la sociedad o sobre sociedades enteras. De ahí que lo importante sea saber quiénes hacen uso de dichos medios, con qué intenciones y bajo qué intereses. Es por esta razón que en el presente trabajo no nos limitamos a estudiar a los espectadores purépechas como posibles receptores de información, sino que

intentamos reconocer qué tipo de información reciben, así como quiénes son los que organizan y transmiten esa información audiovisual. Solamente así se podrán establecer las características de la transición efectuada desde una comunicación socializada hacia una comunicación impuesta desde el exterior, tal como está ocurriendo en las comunidades purépechas, así como la profundidad y dirección en que han incidido los medios de comunicación en la totalidad de la cultura de la etnia.

### *Dos comunidades*

En un esfuerzo por esclarecer esta situación, hemos tomado a dos comunidades purépechas que contrastan en su relación con los medios mencionados. Una de ellas es Ichán, situada en La Cañada de los Once Pueblos; la otra es Tarecuato, sobre la carretera Zamora-Los Reyes. Una característica que nos hace tomar estas dos comunidades como objeto del presente estudio es el hecho de que a Ichán no llega la señal de televisión, mientras que a Tarecuato sí. Esto se debe a que las condiciones orográficas de la región sirven como barrera protectora de las emisiones televisivas, aislando de ese medio a ciertas comunidades. Lo que sí hay en las dos comunidades es cine casero, realizado por proyccionistas improvisados en salas también improvisadas. Esta diferencia en cuanto a la presencia de la televisión, nos permitirá determinar —hasta donde sea posible— la profundidad con que dicho medio influye en los niños en edad escolar de Tarecuato, y hasta dónde la ausencia de ella en Ichán permite la conservación de formas de conducta propias a la comunidad y, por lo mismo, a la cultura purépecha en general.

En las dos comunidades se realizaron encuestas orales y visuales. Las primeras tuvieron como objeto obtener información sobre las condiciones sociales, económicas y culturales de la comunidad en general y de los encuestados en particular, así como de sus experiencias y recuerdos personales, esto último a fin de obtener también una idea básica acerca de la visión del mundo que actualmente poseen. Ellas se realizaron con ancianos mayores de sesenta años, con jóvenes cuyas edades fluctuaban entre los 25 y 35 años, así como con niños de las escuelas primarias de las respectivas comunidades. Las encuestas visuales consistieron en un muestreo de cien ilustraciones divididas en áreas que corres-

pondían a:

1. Cultura general:
  - a) geografía nacional y universal
  - b) historia nacional
  - c) fauna regional y de otras latitudes
  - d) personajes de la política nacional.
2. Medios de información:
  - a) personajes de comics y revistas
  - b) personajes y símbolos de la tv y el cine.

El propósito de estos dos tipos de encuestas fue considerar, por un lado, hasta dónde los medios han afectado a los purépechas de edad avanzada, quienes tradicionalmente han funcionado como depositarios y transmisores de la cultura hacia las generaciones más jóvenes. Por ello mismo, es importante determinar si continúan ejerciendo ese papel, y si es así, hasta dónde contrarrestan la intromisión de los medios venidos del exterior. Por otro lado, buscamos saber hasta dónde los medios han afectado y afectan a estas generaciones jóvenes, principalmente a los niños en edad escolar, considerándolos como una generación clave para la continuidad de la cultura purépecha o para su desgaste definitivo. Esta generación nueva, la infancia purépecha, es la que más ha recibido la atención de nuestro estudio, pues es el sector más vulnerable a la televisión, el cine, los comics y otros tipos de comunicación que llegan desde el exterior. Igualmente, es la primera generación purépecha que desde temprana edad ha entrado en contacto con la televisión y que crecerá con ella como uno de sus principales informantes.

### *Ichán\**

San Francisco Ichán es una comunidad de 4,500 habitantes, situada entre Tacuro y Huáncito, a un kilómetro de la carretera Morelia-Zamora. Los 4,500 habitantes de la comunidad hablan purépecha, de los cuales 3,800 son bilingües. Es decir, aproximadamente 700 personas, en su mayoría ancianos, hablan exclusivamente el purépecha. Esta es, pues, una comunidad típica de la región, en donde un 50 por ciento de la población se dedica

\* Del purépecha *ichandini*, que significa *acostado o echado*.

a la agricultura y aproximadamente un treinta por ciento a la alfarería. La familia tiene un promedio de seis miembros, de los cuales trabajan los padres y los niños mayores de diez años. Siendo los campesinos dueños de la tierra, los productos que cultivan son principalmente maíz, frijol, haba, lenteja, trigo y forrajes. En general, estos productos son para autoconsumo y en poca escala se venden en los mercados de la región. Las entradas económicas en promedio por este concepto no sobrepasan los 250 pesos diarios, por lo que las familias de la comunidad se complementan con productos de pequeños huertos familiares. Otra actividad que deja ciertos ingresos a un sector de la población es la alfarería, elaborada con base en materiales como el barro, tierra blanca y greta, que es vendida en ciudades como Uruapan y Zamora, y, con menor frecuencia, en Guadalajara y Morelia, pero fundamentalmente a intermediarios de La Cañada o a comerciantes que acuden al pueblo. A diferencia de otras comunidades de La Cañada, como Tanaquillo y Huáncito, en Ichán la alfarería pasa por frecuentes periodos de crisis. Ello se debe, por un lado, a la escasez del barro, y por otro, a no contar con un mercado local para la comercialización de los productos elaborados. Ha sido suficiente —en opinión de los mismos habitantes— estar alejados un kilómetro de la carretera para que resulte gravosa la carga de la mercancía, no únicamente por su peso y lo delicado de la misma, sino también por verse explotados por taxistas y otros medios de transporte al sacar la mercancía hasta la carretera o introducirla a la comunidad. Un kilómetro de camino mal empedrado es suficiente para reducirles de antemano una ganancia de cuya obtención nunca hay plena seguridad. A la vez; el estar distanciados de la carretera y la inconveniencia de ello desde el punto de vista del comercio, ha actuado como un trauma “histórico” sobre los habitantes de Ichán, pues ellos mismos prefirieron esa opción cuando la oferta del Presidente Lázaro Cárdenas en 1937, año en que se construyó la carretera, era de que pasara por todas y cada una de las comunidades de La Cañada, desde Carapan hasta Chilchota. Sin embargo, ante el peligro que veía la población con el veloz paso de autos y autobuses por el centro de sus pueblos y los —pensaban ellos— inevitables accidentes, los habitantes de Carapan, Tacuro, Ichán, Zopoco y Chilchota se opusieron a ella, reconociendo ahora los beneficios que la carretera trajo —por lo menos en el aspecto económico— a las comunidades que



la aceptaron. Algunos habitantes de Huáncito aprovecharon este error convirtiéndose posteriormente en acaparadores del producto de estas otras comunidades. La alfarería de cada comunidad de La Cañada es reconocible tanto porque cada una de ellas se especializa en un tipo de producto, como por las características de éste. Así, si en Huáncito hacen principalmente cazuelas y en Santo Tomás platos, en Ichán producen ollas, y mientras en aquellas comunidades las pintan de diversos colores, en Ichán las dejan al natural.

De las condiciones de salud de esta comunidad nos habla el hecho de que la mortalidad infantil es de tres por ciento al año, siendo las causas principales la desnutrición, la tosferina, la varicela, la fiebre intestinal, diarreas y parasitosis. Para curarse de estos males se cuenta tan sólo con un médico, utilizando la población con mayor frecuencia los servicios de curanderas, quienes se ayudan de la medicina tradicional, basada en plantas y pomadas. Para esta población, como en la mayoría de las comunidades de la región, no hay una sola farmacia. La dieta diaria consiste en tortillas, chile, pescado, frijoles y verduras. Raramente la carne y la leche llegan a la mesa, pero los refrescos, cuya presencia se remonta a más de treinta años, se consumen en abundancia, principalmente la CocaCola, Pepsicola, Fanta y Premio. La cerveza, aunque se consume más durante las fiestas del pueblo, ha terminado por desplazar al pulque, bebida anteriormente tradicional que ahora sólo se consume en temporadas que van de febrero a marzo. Ello se debe fundamentalmente a la poca rentabilidad actual de su producción y a la disminución de los magueyales, pero fundamentalmente a su desplazamiento por las bebidas llegadas del exterior. Un problema vinculado estrechamente a lo anterior es el alcoholismo, azote de todas las comunidades de la región, pero que en Ichán se ha convertido en un problema crónico con las consiguientes secuelas biológicas, sociales y culturales.) En cuanto a lo que consideramos como educación formal, en la comunidad existe una escuela primaria, en la cual termina solamente un 2 por ciento del alumnado que inicia sus estudios. No hay secundaria y no se sabe de ningún miembro de la comunidad que haya cursado o curse estudios universitarios. Sin embargo, en la actualidad, aquellos jóvenes que terminaron la primaria y continuaron sus estudios de secundaria en otra comunidad, optan por carreras cortas, como la de promotor cultural bilingüe. El rechazo

de los niños a la educación primaria es característico de toda la región, debido, al parecer, a que la educación tradicional de los purépechas se ejerce dentro del seno familiar, donde la compartimentación entre la educación dirigida a la mujer y la dirigida al hombre están bien definidas, a la vez que el idioma materno les ofrece contenidos más plenos de su realidad que la lengua que se les impone<sup>6</sup>. Otro factor para el rechazo a la educación de este tipo es el esfuerzo que implica el aprendizaje de una lengua ajena, como es el castellano. Sin embargo, una de las principales razones de la alta deserción de los escolares reside en que desde muy temprana edad ayudan a sus padres en las labores del campo o en otras actividades económicas, lo cual les consume la mayor parte de su tiempo. En estas condiciones, y ante la ausencia de la televisión, el único medio de información con que cuenta la comunidad es la radio, pues la prensa escrita no llega al pueblo. En cambio, sí es notoria la llegada y lectura de comics, revistas amarillistas y otros pasquines. Por otra parte, el no ser espectadores de televisión no es una decisión tomada por la comunidad. Por el contrario, la decisión de serlo ha quedado frustrada por las condiciones orográficas mencionadas. Esa intención queda de manifiesto en cierto número de aparatos adquiridos pero que permanecen inactivos, como simple ornamento, definitivamente abandonados, o en cuyas pantallas se intenta identificar las sombras borrosas del canal 2 de la ciudad de México. Esta imposibilidad de ser espectadores de televisión provoca a la vez cierta amargura entre los habitantes, pues se ha buscado inúltimente el apoyo del municipio o de alguna institución del gobierno para financiar la instalación de una antena comunal en la cima del cerro vecino.

En Ichán, como en todas las comunidades purépechas, las fiestas forman parte importante de la tradición. Estas se llevan a cabo el 4 de octubre, que es el día de San Francisco de Asís, patrono del pueblo; el 22 de noviembre, día de Santa Cecilia, y en la Navidad, presentándose danzas autóctonas, como la de los Viejitos, los Sembradores y las Magdalenas, ésta de carácter religioso. La tradición cultural de la comunidad, sin embargo, se ha inclinado fundamentalmente hacia la música, pues en una comunidad relativamente pequeña como es Ichán existen cinco bandas de música, la mayoría de ellas con renombre en toda la región, sobresaliendo "La Michoacara" por tener varios discos grabados. En cuanto a religión, si bien la comunidad es profundamente ca-

tólica, en los últimos años se ha incrementado el número de sectas religiosas que frecuentan la comunidad en su labor de conversión. Por su persistencia y los mecanismos que utilizan, su actividad hay que considerarla como un factor más llegado desde el exterior y cuyos objetivos e intereses habría que analizar más en detalle.

### *Tarecuato\**

Tarecuato, por su parte, es una comunidad perteneciente a la Zona Marginal del área geográfica ocupada actualmente por los purépechas. De los 6,000 habitantes de que se compone, aproximadamente 4,200 son bilingües, 300 monolingües del español, y unos 1,500 del purépecha. Al igual que en Ichán, los más ancianos y un sector femenino son los que hablan exclusivamente la lengua nativa. El alto porcentaje de hablantes monolingües del español se debe fundamentalmente al arribo, principalmente desde los años cincuentas, de miembros de otras regiones, la mayoría de ellos comerciantes. Un acontecimiento importante para la comunidad y que explica los numerosos cambios sufridos por ella en los últimos treinta años, fue la construcción de la carretera Zamora-Los Reyes en 1953, la cual divide en dos al pueblo. Tuvo tal importancia este hecho que —al igual que con otras numerosas comunidades con semejante antecedente—, se puede hablar del Tarecuato anterior a la carretera y del Tarecuato posterior a ella. Por principio, sus habitantes tradicionalmente se han dedicado a la agricultura y al comercio. Respecto a la primera actividad, se cultivan los productos típicos de la región: maíz, trigo, forrajes, los cuales en gran medida se dedican al autoconsumo y en porción mínima se comercializan en Zamora. La agricultura declinó violentamente con la carretera, ya que se incrementó el sector de la población dedicado al comercio. Este sufrió a la vez profundas modificaciones, pues si anteriormente se centraba en la comercialización de la madera (morillos, vigas, etc.), la cual era transportada con mulas hacia la región occidental, como Tepalcatepec, Apatzingán e incluso Colima, posteriormente derivó en el comercio de joyería de imitación y otras mercancías, surtidas por casas comerciales de Zamora y de Uruapan. Así, los an-

\* Del purépecha *Tarhékuata*, que significa *monte, bosque, madero*.

tiguos comerciantes dueños de su propio producto, se convirtieron en cierta medida en intermediarios de productos ajenos, los cuales van desde juguetes baratos, sortijas y alhajas de imitación, pasando por máscaras de luchadores, lentes para el sol, hasta relojes y calculadoras de bolsillo electrónicas. De ahí que a muchos de estos comerciantes se les encuentre en las fiestas y ferias de la región, pero también, los más emprendedores, en las playas de Manzanillo, Puerto Vallarta, o incluso, Mazatlán. La carretera también estimuló una mayor emigración de la población, sobre todo la joven, hacia otros estados, como Jalisco y Colima. La floreciente industria turística en Bahía de Banderas en la década de los setentas y, por lo tanto, el auge en la construcción de hoteles, clubes exclusivos, villas y demás servicios propios de este tipo de centros de recreo, dio ocupación como peones albañiles a un buen número de habitantes masculinos de Tarecuato, que cambiaron el arado o el comercio por esta actividad más remunerativa. Sin embargo, el declive de ésta y otras actividades ha traído consecuencias palpables en los jóvenes de la comunidad: el rechazo a las actividades tradicionales y la búsqueda de mayores perspectivas en lugares tan alejados como pueden ser los Estados Unidos. Viajar a los Estados Unidos representa el máximo anhelo de muchos jóvenes y hombres maduros de Tarecuato. Ello no sólo se debe a las pocas perspectivas que ofrece la comunidad a las nuevas generaciones, sino a que desde la década de los cuarentas —y con el auge de la emigración hasta finales de los años cincuentas— se generaron numerosos mitos sobre la *jauja* del norte. A la fecha, los ancianos encuestados que tuvieron la oportunidad de viajar a los Estados Unidos, recuerdan con añoranza el “paraíso” norteamericano, y con frecuencia aseguran que “el que quiera conocer la gloria tiene que viajar al país del norte”. A la fecha, un 20 por ciento de la población de la comunidad, ha estado o tiene familiares que residen en la Unión Americana. Ante esta movilidad migratoria de carácter económico, es fácil darse cuenta del desgaste acelerado que sufre la cultura tradicional de la comunidad y del número elevado de elementos culturales que han arribado y siguen arribando a través de diferentes vías. A esto hay que añadir la sorprendente cantidad y variedad de comics y otros pasquines que se leen en la comunidad. Si bien no hay puestos que los expendan, los habitantes viajan a Zamora con frecuencia y se surten de ellos. Si en Ichán la radio aún cumple

una función preponderante como medio de comunicación llegado del exterior, en Tarecuato ha quedado relegada a las generaciones adultas. Entre ellos es común la preferencia por la XEPUR "La Voz de los Purépechas", establecida en las instalaciones del INI en Cherán, y la XEZM, de Zamora. La primera porque transmite en purépecha y con la cual se sienten identificados. La segunda porque transmite el programa *La hora de los ausentes*, supuestamente de carácter social, ya que sirve de vínculo entre los familiares de la región y aquellos que se encuentran en los Estados Unidos. La dieta alimenticia básica de los habitantes de Tarecuato no se diferencia en mucho de la de Ichán. Sin embargo, hay mayor consumo de la conocida como "alimentación chatarra", compuesta por una extensa variedad de productos empaquetados, como son papas fritas, chicharrones de harina e innumerables productos de maíz, los cuales han inundado la comunidad a lo largo de los últimos diez años. Al igual que en Ichán, los refrescos son conocidos aquí desde hace más de treinta años, predominando las marcas mencionadas con anterioridad. Las enfermedades son las típicas de la región: la desnutrición en la infancia, la parasitosis y la fiebre intestinal. Tarecuato cuenta con tres médicos, al parecer otro beneficio que trajo la carretera, pues todos ellos son fuereños. A pesar de esta ventaja, los miembros de la comunidad recurren con frecuencia a los curanderos, hacia los cuales guardan todavía una sólida confianza. La población, al igual que en Ichán, es profundamente católica, contando con una iglesia y capillas en cada uno de los barrios en que se divide el pueblo. Sus fiestas importantes son el 25 de julio, el 15 de agosto, el 24 y 25 de noviembre, manteniendo aún la tradición de algunas danzas, como *La monarca*, *Los moros*, *Los soldados* y representación de pastorelas en navidad. Esta comunidad, al igual que todas las de la región purépecha, es asediada permanentemente por sectas religiosas provenientes de los Estados Unidos, como los Evangelistas y los Testigos de Jehová. La comunidad posee tres escuelas primarias y una secundaria. Una de ellas, que depende del Departamento de Educación Indígena de la Secretaría de Educación Pública, tiene distribuidos cuatro módulos en los barrios del pueblo y cuenta sólo hasta cuarto grado. Otra de ellas es particular y de carácter religioso. La tercera es estatal y alberga el mayor número de alumnos. Un dato importante es el hecho de que el 96 por ciento de los niños de estas escuelas es bilingüe, es decir, que

su lengua materna es el purépecha y en el transcurso de la escuela han aprendido el español como segunda lengua. Sin embargo, éste es un bilingüismo subordinado. A diferencia de lo que ocurre con culturas en donde la lengua materna es la subordinante y la extranjera o ajena la subordinada, entre los purépechas, paradójicamente, la lengua materna es la subordinada y la extranjera o ajena la subordinante. Ello se debe, entre otras razones, a que la educación que se imparte tiene como objetivo inmediato la enseñanza de la escritura y la lectura en español, en tanto que a la lengua purépecha se le relega a su estado oral. La enseñanza monolingüe en estas escuelas conduce, irremediamente, a la paulatina pérdida del idioma nativo, situación que viene a acelerarse con la presencia de la televisión en los hogares de la comunidad. A diez años de haber hecho notar su presencia en ella, la televisión en la actualidad está presente en aproximadamente un 55 por ciento de hogares de Tarecuato. Baste señalar que el 33.6 por ciento de los alumnos de quinto y sexto años de las dos escuelas primarias que cuentan hasta ese grado, poseen televisión en su casa. Es decir, de 135 niños con que cuentan estos grupos, 45 de ellos están en contacto cotidiano con la televisión. Una característica de esta comunidad es que no en todos los barrios del pueblo se capta por igual la señal televisiva. De acuerdo a las condiciones orográficas en que se halla Tarecuato y al tipo de antenas utilizadas por sus habitantes, en algunos sitios se captan los canales 2 y 5 de la ciudad de México, el 6 y el 4 de Guadalajara, y en otros, aparte de los mencionados, el 13, habiendo casos en que estos dos últimos y el canal 2 son los únicos. Así, cuatro de ellos, el 2 y el 5 de México y el 4 y el 6 de Guadalajara, son privados y pertenecen al consorcio Televisa. El 13 es el único estatal que se capta en la comunidad, pero posee poco auditorio, no solamente por lo irregular de la señal, sino por la marcada preferencia hacia los canales privados. En Tarecuato, como se puede apreciar y a diferencia de lo que ocurre en Ichán, los contactos con otras culturas han sido frecuentes. Estos contactos y las vías de comunicación, por lo menos de esas culturas hacia Tarecuato, se han ampliado con la presencia de la televisión.

### *La televisión y lo que llega con ella*

Cada una de estas formas de comunicación que llegan desde

el exterior han afectado y afectan a Ichán y Tarecuato con diferente intensidad. Si bien ello se manifiesta en la cultura peculiar a ambas comunidades, los mecanismos de penetración y desarticulación de la cultura presentan modalidades de acuerdo al tipo de medio que se utiliza, reflejándose en la profundidad y extensión de su influencia. Si bien hasta la fecha todos estos sectores medios han logrado afectar de manera evidente los distintos niveles de la sociedad purépecha, no habían logrado alterar un elemento vital en la presencia y retroalimentación cultural de la etnia. Nos referimos a la familia como núcleo social en el cual se generan y reproducen los componentes esenciales de la cultura de esta etnia. La televisión ha venido a atacar precisamente a este núcleo y su capacidad generadora y reproductora de cultura. Se ha introducido en la intimidad del hogar mismo, modificando las relaciones de convivencia hacia el interior de él. No solamente ha modificado ciertas funciones tradicionales de los miembros de la familia sino que también ha venido a alterar la disposición del mobiliario en el interior de las habitaciones. Como sabemos, la utilidad y función de muebles, cosas y enseres distribuidos en dormitorios, cocinas, salas y patios tienen una relación muy estrecha con la actividad de sus moradores y todo ello es peculiar y diferente en cada cultura. En las casas purépechas ello ha sufrido un cambio drástico con la presencia de la televisión, lo que contrasta con los hogares que no poseen aparato receptor. Siendo la purépecha una cultura de intensa comunicación verbal entre sus miembros, el lugar tradicional de reunión y de comunicación estaba representado por el fogón en el centro de la cocina y en torno al cual se congregaban los miembros de la familia, lo cual no únicamente permitía una mayor cohesión del núcleo familiar, sino también una transmisión plena de los conocimientos resguardados por los ancianos y cuya función de educadores y transmisores de conocimiento alcanzaba ahí su plenitud. Esta característica se mantiene aún en la mayoría de los hogares purépechas que no poseen televisión y es el rasgo característico en Ichán. En Tarecuato, en cambio, estas modificaciones van desde el respeto a dicha tradición en los hogares sin televisión, hasta la completa sustitución de la misma en los que sí la poseen. Esta sustitución completa se manifiesta en un 95 por ciento de las familias jóvenes que poseen aparato receptor, en torno al cual se reúnen los miembros de la familia, sobre todos los niños, en el transcurso de la tarde.

Ello representa la eliminación, total o parcial, de la función que desempeñaban los padres y los ancianos como transmisores de la cultura propia de la etnia y la puesta en su lugar de un aparato que bombardea la percepción y conciencia de los moradores purépechas con imágenes y sonidos enviados por emisores ocultos, en un idioma que no es el propio y con intenciones que es difícil a los televidentes poner en claro.

Si la televisión, quíerese o no, desempeña una función tan importante en le seno de los hogares de Tarecuato, es de fundamental importancia entonces preguntarse qué es lo que llega a través de ella, pues éste sería un paso más para determinar las intenciones de los emisores que se hallan ocultos detrás de toda la complejidad técnica que representa el medio. A la vez analizando la programación de los canales que llegan a la comunidad podremos inferir algo sobre su carácter y sus posibles repercusiones en ésta.

La programación del canal 2, por ejemplo, de 19 horas de transmisión, dedica 11 horas a programas de entretenimiento, 1 hora a programas supuestamente instructivos, 5 horas y 30 minutos a programas de información noticiosa y una hora y media a programas de servicio social. De las 11 horas de programación de entretenimiento, 6 horas son utilizadas por emisiones de telenovelas, 1 hora 30 minutos por programas cómico-musicales y el resto por películas, por lo general una mexicana y una norteamericana. El canal 5, por su parte, sus 17 horas de transmisión las distribuye de la siguiente manera: 13 horas 30 minutos en programas de entretenimiento; 3 horas de supuesto servicio social, 15 minutos de información, y 15 minutos para el deporte. Señalemos que en la programación de entretenimiento, 6 horas están cubiertas de programación de dibujos animados, cuyo público natural es la niñez. De las 17 horas de transmisión de este canal, 13 horas y 45 minutos están cubiertos por material elaborado en el extranjero, principalmente en los Estados Unidos<sup>6</sup>.

El rasgo característico de esta programación es la falta de correspondencia entre el mundo ficticio presentado y el mundo real de los espectadores purépechas de Tarecuato. Por principio, están los prototipos humanos ficticios presentados como modelos y los tipos humanos reales con quienes tienen contacto directo y cotidiano los espectadores. Entre los entes ficticios de esta programación abundan los personajes de tez blanca, pelo rubio, com-



plexión robusta. Por lo general, nunca aparecen obreros ni campesinos, y cuando lo hacen es de manera aislada y en actitudes de sumisión, de complicidad o de condescendencia. En especial, al indígena se le caracteriza con frecuencia de manera humillante, principalmente en programas cómicos, en donde se le sitúa como un ser no solamente ignorante sino con un coeficiente intelectual muy limitado, digno de ocupar el sitio que como oprimido la sociedad le ha deparado. José Gómez Robleda, en su obra *Pescadores y campesinos tarascos*, después de haber estudiado a un grupo de purépechas con un promedio de 34.55 años de edad, afirma que tanto la estatura como el peso de los mismos es inferior al considerado normal para su edad media. Así, en los campesinos estudiados, el peso fue de 55.00 kilogramos. “Estas deficiencias dependen —dice el autor— de las malas condiciones de vida de las personas estudiadas y, principalmente, de la insuficiente alimentación y el trabajo excesivo; es un hecho indudable que desde hace algunos siglos —agrega— los indios viven permanentemente fatigados físicamente. Y hay que advertir que la fatiga produce sustancias tóxicas al organismo, que de manera primordial afectan al funcionamiento de los centros nerviosos y del sistema endócrino”<sup>7</sup>.

Esto nos da una idea de lo alejada que está la realidad de los purépechas en general y, en particular, la de los habitantes de Taracuato, de la supuesta realidad presentada en los programas televisados. Aparte de la realidad purépecha básica e inmediata, están todos los elementos peculiares a su historia y a su cultura como totalidad, elementos como son el idioma, sus fiestas y ceremonias, su vestimenta, su dieta alimenticia y otras formas de convivencia social que no ocupan ningún espacio en la programación de estos canales. Todos estos elementos culturales, tan deteriorados como ya lo hemos hecho notar, se ven confrontados día a día con conductas y tipos de sociedad presentados por la televisión como posibles modelos a imitar.

Entre la programación del Canal 5 de la ciudad de México y el Canal 6 de Guadalajara no hay mucha diferencia, pues este último no es sino un retransmisor de material utilizado por el primero con meses o incluso años de anticipación. Por ello es suficiente analizar aquí la programación infantil del primero. Comencemos por decir que el cien por ciento de ese material está producido en el extranjero, principalmente en los Estados Unidos. De aquí que

es fácil inferir que dicho material no proporciona a los espectadores de la región ninguna información acerca de su propia realidad ni de la problemática en la que se hallan envueltos. Esta es una peculiaridad del Canal 5, para lo cual basta conocer algunos datos. Ya en 1975, el 93.4 por ciento de su programación en el horario estelar (de las 20:00 a las 23:00 horas) se originó en Estados Unidos de Norteamérica. Para 1976, el 92.7 por ciento se originó en ese mismo país. Para 1977, el 83.7 por ciento fue de idéntico origen. En 1978 fue de 89 por ciento. En 1979, del 2 al 8 de agosto, los cuatro canales comerciales del Distrito Federal, de 90 horas semanales, 52 fueron producidas en los Estados Unidos<sup>8</sup>. Una característica común a esta programación importada es el presentar la violencia como algo necesario y atractivo, y en ella son frecuentes las agresiones físicas, los atracos, las peleas de toda índole y los asesinatos más despiadados. El análisis de la programación de dibujos animados que llega a la región a través del Canal 5 nos demuestra que de la hora y cincuenta minutos de caricaturas que transmite a esta región (ya que al D. F. y a otros estados transmite caricaturas de las 7:00 a las 12:00 y de las 15:00 a las 18:00 horas) 1 hora y 13 minutos están integrados por el material programado y 35 minutos por anuncios<sup>9</sup>. En promedio, cada seis minutos es interrumpida la programación para emitir, también en promedio, tres minutos de anuncios cada vez. Del análisis de la hora y trece minutos de programación efectiva, se registraron en promedio 30 actos de violencia que causaron o pudieron causar la muerte, 37 actos de violencia no mortales, tales como peleas, puñetazos, etc., 12 agresiones verbales, 2 incitaciones a la violencia aparte de otras actitudes hostiles y de prepotencia típicas a los personajes de las series presentadas. A esto hay que añadir los 35 minutos de anuncios, entre los que predominan los de pseudoalimentos y golosinas para niños. Queda fuera de duda, por supuesto, que prototipos humanos, hábitats urbanos y geográficos están muy lejos de tener alguna semejanza o relación con aquellos a los que están relacionados los niños purépechas de Tarecuato y, por lo mismo, los de toda la región. Los objetivos y argumentos presentados responden a otros tipos de valores culturales, por lo general materialistas, con todas las conductas que les son propias, tales como individualismo, egocísmo, avaricia, etcétera.

Toda forma de comunicación colectiva proveniente desde el exterior de un grupo culturalmente homogéneo puede actuar de dos maneras: o bien enriquece el conocimiento que el grupo tiene de sí mismo y de su entorno inmediato y mediato, coadyuvando así a su mayor homogeneidad; o bien introduce en él elementos perturbadores que lo pueden conducir a su posible desintegración cultural. Esta última tendencia es la que encontramos en los habitantes purépechas. Mientras que en Ichán es notoria la cohesión de la comunidad en torno a su cultura, en Tarecuato es altamente notable su deterioro, lo cual está relacionado estrechamente con las edades de sus habitantes y con el contacto que mantienen con la televisión. Así, en los veinte ancianos entrevistados en Ichán y Tarecuato se encontró un alto grado de conocimiento de los elementos que conforman su hábitat natural y un respeto de sus tradiciones y costumbres máspreciadas. Su reconocimiento de símbolos considerados bajo el rubro de *cultura general* llega apenas a un diez por ciento, en donde sobresale el reconocimiento de símbolos de la fauna más universalmente conocida (leones, elefantes, etc.), mientras que en lo referente a geografía nacional y universal (mapas del país y de los cinco continentes) el reconocimiento fue nulo. En lo referente a símbolos correspondientes a la historia y personajes de la política nacional, el reconocimiento fue en promedio de tan sólo 5 por ciento, siendo general el reconocimiento de Emiliano Zapata y en parte el de Francisco Villa, así como el de Lázaro Cárdenas. Pero los presidentes posteriores a él no fueron reconocidos. De los veinte ancianos, doce reconocieron al actual presidente. En cuanto al rubro de *medios de información* (personajes de comics y revistas, personajes y símbolos de televisión) el reconocimiento es de cero por ciento, a excepción del reconocimiento que catorce de ellos hicieron de la imagen de Pedro Infante. Todo lo cual es altamente significativo en relación con los resultados obtenidos entre las generaciones en edad escolar. De los alumnos de quinto y sexto grados de la escuela primaria de Ichán, hubo un 35 por ciento en el reconocimiento de las ilustraciones correspondientes al primer rubro, *cultura universal*, mientras que respecto al segundo, *medios de información*, no hubo más que un 10 por ciento, todos ellos correspondientes a comics y revistas. Es decir, en Ichán la ausencia de televisión provoca

un nulo reconocimiento de los personajes y símbolos contenidos en los programas televisivos. Todo lo cual es altamente significativo en relación con los resultados obtenidos entre las generaciones en edad escolar de Tarecuato, pues es la única generación de las encuestadas que está en contacto cotidiano con la televisión. En promedio, los niños entrevistados han estado en contacto con la televisión los últimos tres años de sus vidas, pasando al día 2 horas 30 minutos en promedio frente a ella. El reconocimiento que ellos efectuaron de ilustraciones en el primer apartado fue el 30 por ciento y en el segundo del 95 por ciento. En cuanto a las ilustraciones correspondientes al segundo apartado, no se limitaron a un simple reconocimiento sino a un reconocimiento abundante en datos relacionados a los actores, estrellas y demás símbolos televisivos. Respecto a los productos publicitarios, hubo un 100 por ciento de reconocimientos. Respecto a las telenovelas, existió una alta compenetración con los pormenores de sus tramas correspondientes. Por otra parte, los niños sin televisión de las escuelas de Tarecuato se asemejan más en sus actitudes y reconocimiento de personajes y símbolos a los niños de Ichán que a sus discípulos de Tarecuato con televisión, lo que parece por sí solo hablarnos de la fuerza con que este medio impacta a los pequeños y las diferencias notables que ella provoca. Sin embargo, es también notorio que la sola presencia de la televisión en Tarecuato repercute en aquellos que no la poseen, ya sea porque esporádicamente la presencian, porque oyen a sus compañeros hablar de ella, causándoles a su vez un sentimiento de frustración y de envidia, o bien porque las modificaciones en la conducta de aquellos que la poseen termina, de una manera o de otra, por afectar a los que no tienen contacto con ella. Las respuestas de los maestros es en un cien por ciento de que sí hay un cambio notable en el comportamiento de los niños que tienen contacto con la televisión. El ochenta por ciento de las respuestas coinciden en hacer notar mayor agresividad en ellos, en tanto que el cien por ciento coincide en señalar que es notoria su simpatía por ídolos de televisión y cine, así como por los alimentos y golosinas anunciados por televisión, mientras que sólo un 35 por ciento de los maestros observa inclinación por imitar la vestimenta de los personajes de televisión. Algo importante es el hecho de que el 100 por ciento de los maestros considera que sí existen cambios en el lenguaje de los niños por influencia de dicho medio. De los aspectos positi-

vos observados por los maestros en los niños que ven televisión se halla el de una mayor concentración y mayor aprovechamiento en sus estudios. Ello pareciera confirmar que la televisión no es negativa por sí misma, sino que puede ser un importante instrumento para la enseñanza, así como en la motivación de algunas facultades psicológicas e intelectuales. La intención con que son utilizados dichos medios y de lo que se envía a través de ellos es lo que determina el carácter de su influencia y la dirección en que son empujados los espectadores y, en especial, el sector infantil de éstos.

### *Influencias posibles*

Aparte de los cambios detectados mediante encuestas y observación directa, existen otros tipos de influencia que pueden darse a más largo plazo, tomando en cuenta que por su reciente penetración en las comunidades purépechas, la televisión se ha convertido más bien en parte de la vida cotidiana de las generaciones más jóvenes. La programación dirigida a estas generaciones a través de los canales comerciales es conocida prácticamente por todo el público infantil de América Latina, y allí como también en los Estados Unidos, se han hecho importantes estudios al respecto. Citemos, como sencillo ejemplo, los resultados a que ha llegado Albert Bandura, un investigador norteamericano, quien presentó a un grupo de niños una película en donde un adulto golpeaba y daba puntapiés a un muñeco hecho de un balón y con pesas en los pies, mientras que otro grupo de niños no presencié la película. Posteriormente, ambos grupos fueron conducidos individualmente a una habitación en la que había un muñeco idéntico al mencionado. Los niños que habían visto la película imitaban con extraordinaria exactitud la conducta que habían presenciado en ella; golpearon y patearon el muñeco, mientras que los niños que no habían visto la película no lo hicieron<sup>10</sup>.

Como este ejemplo hay numerosos. En razón a estas investigaciones se ha llegado a una conclusión: la observación de episodios violentos en la televisión sirve para estimular sentimientos agresivos en el espectador. Es más: cuando el niño ve televisión está siendo educado por ella. Ver televisión significa para el niño ver cosas y acciones hechas por los mayores, quienes representan para él la máxima autoridad en todos los sectores de la vida coti-

diana. Al contar con la anuencia de los mayores, el niño, a través de esos programas, obtiene información sobre modelos de conducta dignos de ser imitados y que tarde o temprano posiblemente imitará. Entre los niños investigados es notable por lo menos la adquisición, como parte de su propio mundo, de numerosos elementos presentados por la televisión; nombres de personajes y objetos, relaciones establecidas entre ellos, situaciones y conductas nuevas, y, por lo tanto, con valores morales, sociales, ideológicos ajenos e incluso opuestos, a los elementos propios de su comunidad. Esta es al parecer una paulatina sustitución de su mundo, real y auténtico, por un mundo ficticio y ajeno, saturado de agentes y valores deformantes. Por otra parte, es notorio que este tipo de programas televisivos afecta profundamente la personalidad de los espectadores infantiles. Ya veríamos la apabullante cantidad de actos de violencia con que es bombardeada su percepción en una edad en que todos sus sentidos absorben los estímulos del mundo exterior sin la discriminación necesaria para determinar cuáles contenidos los benefician y cuáles los perjudican. Esta violencia irrumpe en el seno de una cultura en la cual el pacifismo y la cooperación entre sus miembros son los elementos que más han coadyuvado a su cohesión y sobrevivencia. El sector juvenil de la población es también muy vulnerable frente a la programación mencionada, aunque hay otros medios a través de los cuales llegan nuevas formas de conducta; como son el sinnúmero de pasquines y revistas que inundan la región. Un factor importante que hay que tomar en consideración al analizar estos medios es el alto porcentaje de purépechas emigrados a los Estados Unidos<sup>11</sup>, quienes encuentran en aquella sociedad estímulos económicos y posibilidades de consumo que no les ofrecen sus comunidades originales, y que quienes al regresar a éstas son considerados en un status diferente al de la generalidad de los miembros de esas comunidades. Este hecho tiene, por supuesto consecuencias en todos los ámbitos culturales y sociales. La lengua y toda la estructura ceremonial y lúdica sufren una violenta sacudida, lo mismo que su vestimenta, su dieta alimenticia y toda la expresión gestual y kinética. Ello es así debido a que los emigrados se convierten en un canal transmisor de elementos culturales ajenos a los de sus comunidades, terminando por ser idealizadores de esa cultura extraña, rechazando o relegando a un segundo plano los elementos de su propia cultura. Esta influencia tiene ciertas se-

mejanzas a las provocadas por los medios de comunicación audiovisual, pues ambas se refieren a la sociedad norteamericana. Uno de los riesgos es que los jóvenes se formen un ideal que se encuentre fuera de su grupo social, sustituyendo ciertos valores de su cultura por los de la cultura o culturas de que forma parte su ideal, ya sean ellas reales o en alto grado ficticias. A pesar de que se han realizado investigaciones y experimentos sobre los efectos de los medios en grupos sociales de otras latitudes, con diferentes métodos y enfoques, los resultados muestran regularidades que sugieren patrones. En Venezuela, Colombia y Brasil se ha estudiado programación semejante a la transmitida por los canales comerciales que se captan en Tarecuato y en casi todas las comunidades de la región tarasca y se ha llegado a la conclusión de que dicha programación tiende a provocar y a reforzar conductas como las siguientes: *individualismo, elitismo, racismo, materialismo, autoritarismo, agresividad, autoderrotismo y conformismo*<sup>12</sup>, todo lo cual lleva a conformar un prototipo de individuo que rechaza toda idea de cooperación comunitaria, estableciéndose fines individuales de carácter material para cuyo logro ve la violencia como un medio no sólo aceptable sino necesario. Pero a la vez se le condiciona para que, al no lograr esos fines (pues están fuera de su mundo real), acepte las cosas tal como son y se someta dócilmente al *status quo* imperante. Es un prototipo condicionado para el consumo permanente de bienes materiales, pero a la vez desarmado para luchar en su mundo real inmediato. Este prototipo de hombre alimentado por la televisión se complementa con el objetivo real de este medio de difusión: vender publicidad. Esta, la publicidad, implica otro grado de influencia, pues “el objetivo del mensaje publicitario no consiste únicamente en captar tal o cual área de la población, sino además en actuar con el máximo de eficiencia sobre las creencias, actitudes y conductas del ‘blanco’ apuntado”<sup>13</sup>.

### *La publicidad*

De tal manera, a la programación normal de estos canales hay que añadir este factor importante: la publicidad. Los medios de comunicación colectiva se han desarrollado bajo la forma de empresas mercantiles con el objeto primordial de obtener ganancias económicas. El mecanismo para lograrlo ha sido sencillo: cu-

brir el tiempo de transmisión con programas nacionales e importados, ambos a bajo costo, y el tiempo restante saturarlo de publicidad. Menor tiempo dedicado a programación efectiva y mayor tiempo dedicado a la publicidad representa mayores ganancias. De ahí el empeinado esfuerzo en recortar el tiempo dedicado a la programación efectiva y en ampliar el tiempo dedicado a la propaganda comercial. Esto es notorio en los siguientes datos. En 1974, los cuatro canales comerciales del Distrito Federal transmitieron en publicidad el 8.5 por ciento del total de su programación; en 1975, el 7.7; en 1976, el 8.8; en 1977, el 12.1 por ciento<sup>14</sup>. Sólo en el mes de agosto de 1979 se transmitieron un total de 33,838 anuncios, sin considerar en esta cifra a los avances de programación. Esto es, al día se transmitieron 1,091 anuncios comerciales, equivalentes a 218 por cada canal de Televisa. Esto representó 302 horas mensuales, es decir, 10 horas diarias<sup>15</sup>. Los dos canales de Televisa más importantes que se captan en Tarecuato, el 2 y el 5 —sin contar el 4 y el 6 de Guadalajara— transmitieron entre los dos seis de esas diez horas de publicidad. Es común que una película sea interrumpida a lo largo de su transmisión por cortes que acumulan 29 minutos de anuncios, los que van desde cremas faciales, rones, tequilas y cigarrillos, hasta autos de lujo<sup>16</sup>.

Este incremento en la publicidad está acorde al incremento de las tarifas: de 1970 a 1976 fueron aumentadas once veces; de 1976 a 1980, aumentaron 14 veces. Ya en 1968 la televisión comercial obtuvo por publicidad entradas económicas por 908.5 millones de pesos. Diez años después, en 1976, éstas ya eran de 3,719 millones. En 1979, únicamente en el Distrito Federal, éstas aumentaron a 7,572 millones de pesos. Para tener una idea de las fabulosas ganancias por publicidad que en la actualidad obtiene la televisión comercial, mencionemos que en el horario conocido como “AAA” y que es de las 19:30 a las 24:00 horas, el minuto cuesta 1 millón 600 mil pesos y en programas especiales hasta 1 millón 800 mil pesos<sup>17</sup>.

Estos datos ponen de relieve los objetivos reales de quienes poseen la concesión de este medio de difusión: el lucro económico. De ahí que este análisis quedaría inconcluso si no buscáramos explicar quiénes son los emisores, productores e intermediarios de la información que llega a Tarecuato, ya que, por lo tanto, ellos son los directos responsables de las repercusiones que la tele-



visión provoca en la conducta de sus habitantes, principalmente en la de los niños en edad escolar, a la vez que son también responsables en parte del desgaste que en la cultura parépecha se está dando en forma acelerada.

### *Los emisores*

En 1982, en el Registro Público de la Propiedad diez personas aparecen como accionistas de Televisa, S. A.; entre ellas destacan Emilio Azcárraga Milmo, Miguel Alemán Velasco, Rómulo O'Farrill y Víctor Hugo O'Farrill. En este grupo se hallan sintetizadas dos tipos de alianzas; entre el capital nacional y el norteamericano y entre la empresa privada y el poder público. También representa la hegemonía sobre los medios electrónicos de difusión desde su origen a nuestros días. Hagamos un breve recuento. En 1923 Emilio Azcárraga Vidaurreta instaló la primera radiodifusora en México siguiendo la fórmula norteamericana de "La radio al servicio de la publicidad". En 1925 se asocia con la Radio Corporation of America (RCA), fundando The Mexico Music Co., con base en la cual se crearía en 1930 la XEW, integrada a la cadena norteamericana de la National Broadcasting Corporation (NBC), división radiofónica de la RCA. Este grupo instalaría radiodifusoras prácticamente en todos los estados del país, ejerciendo un predominio casi absoluto hasta 1945 en que sus intereses se inclinan por la televisión. Así, en 1950 surge el XHTV Canal 4, concesión otorgada a la familia O'Farrill; en 1951 el XEWTV Canal 2, concesión dada a Emilio Azcárraga; en 1952, XHGCTV Canal 5, concesión otorgada a Guillermo González Camarena. En 1955 se unieron estos canales para formar Telesistema Mexicano, empresa encaminada a eliminar la competencia; en 1968 surge en el Distrito Federal el XHTMTV Canal 8, concesión entregada al poderoso grupo Monterrey. Al mismo tiempo aparece el Canal 13, con capital mixto y posteriormente cien por ciento estatal. En 1973 se realiza la fusión de los cuatro canales comerciales de la capital para dar forma a la empresa Televisa, monopolio que en la actualidad llega a 52 ciudades y 927 poblaciones del país. De los 130 canales de televisión y repetidoras existentes actualmente en todo el país, el 95 por ciento pertenece a Televisa<sup>18</sup>, lo que habla claramente de la hegemonía de este grupo. Actualmente es también concesionario de los cinco canales de cablevisión. Estos

mismos accionistas son propietarios de Editorial Mex-Abril, Editorial Abril, S. A., y la Organización Editorial Novaro. Esta Editorial, como todos sabemos, posee la licencia de impresión y distribución de aproximadamente el 90 por ciento de los comics de procedencia norteamericana que asolan no únicamente las ciudades del país sino también las más recónditas comunidades purépechas.

Si la televisión es una importante fuente de influencia entre la población, entonces ésta debería de ser vista como objeto de preocupación y de interés público. ¿Existen formas de control por parte del Estado sobre este medio de difusión?

Diez años después de la primera transmisión televisiva y a cuarenta de las primeras transmisiones de radio en México, el 19 de enero de 1960 el Diario Oficial publicó la Ley Federal de Radio y Televisión. Más que controlar estos medios, esta ley vino a legitimar la forma como los explotaban los particulares a los que el Estado había dado la concesión de su uso. Aún así, es evidente que la televisión comercial viola numerosos de los preceptos de dicha ley. El Artículo 5º, por ejemplo, habla de que “la radio y la televisión tienen la función social de contribuir al fortalecimiento de la integración nacional y al mejoramiento de las formas de convivencia humana”, y en las fracciones II y III de este artículo, se asienta a través de sus transmisiones, procurarán “evitar las influencias nocivas o perturbadoras al desarrollo armónico de la niñez y la juventud, y contribuir a elevar el nivel cultural del pueblo y a conservar las características nacionales, las costumbres del país y sus tradiciones”<sup>19</sup>. Como hemos dicho ya, la programación de los canales comerciales no cumple con ninguno de estos requisitos. Pero a través de leyes no solamente se les ha legitimado sino también respaldado financieramente. El 21 de diciembre de 1968 en el Diario Oficial se publicó la ley que establecía el pago al Estado del 25 por ciento de las entradas que recibía la televisión comercial, pero el 1º de julio de 1969, por acuerdo presidencial se resolvió que pagaran este impuesto “con el doce y medio por ciento del tiempo diario de transmisión de cada estación”<sup>20</sup>. Está por demás decir que el Estado no ha aprovechado hasta la fecha ni el diez por ciento de este tiempo al que tiene derecho.

## Observación final

Por todo lo anteriormente expuesto podemos inferir que los intereses de los emisores de la información audiovisual a través de la televisión tienen poco que ver con los intereses de comunidades purépechas como las de Tarecuato e Ichán. Más aún, pensamos que en esencia sus intereses son antagónicos en numerosos aspectos, no sólo por las características y valores de sus respectivas culturas sino porque la televisión comercial, tal como hasta ahora es utilizada, tiende a destruir aceleradamente la identidad cultural de la etnia. En otras palabras, lo que subsiste de la comunicación que tradicionalmente ponían en práctica los purépechas y que se manifestaba en el seno del hogar mediante un intenso intercambio verbal está perdiendo rápidamente su posición privilegiada, siendo sustituida por un tipo de comunicación impositiva con todas las consecuencias que hemos señalado (figs. 1 y 2). Por otra parte es evidente que mientras exista una protección tan extremosa por parte del Estado hacia los concesionarios de los medios de difusión, y principalmente de la televisión, las comunidades purépechas —de las cuales Tarecuato es sólo un ejemplo— seguirán sufriendo un deterioro cada vez más violento de sus valores culturales.

### Anexo teórico:

#### *El modelo de la comunicación tradicional frente al de la televisión comercial*

La comunicación tradicional llevada a cabo entre los purépechas a través de la lengua nativa puede representarse mediante el siguiente esquema:

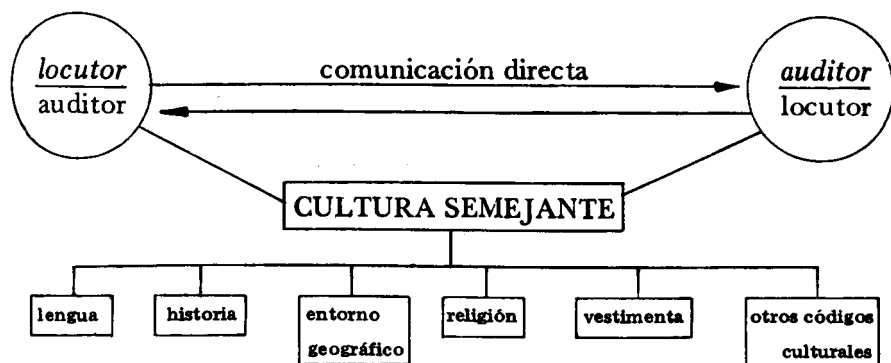
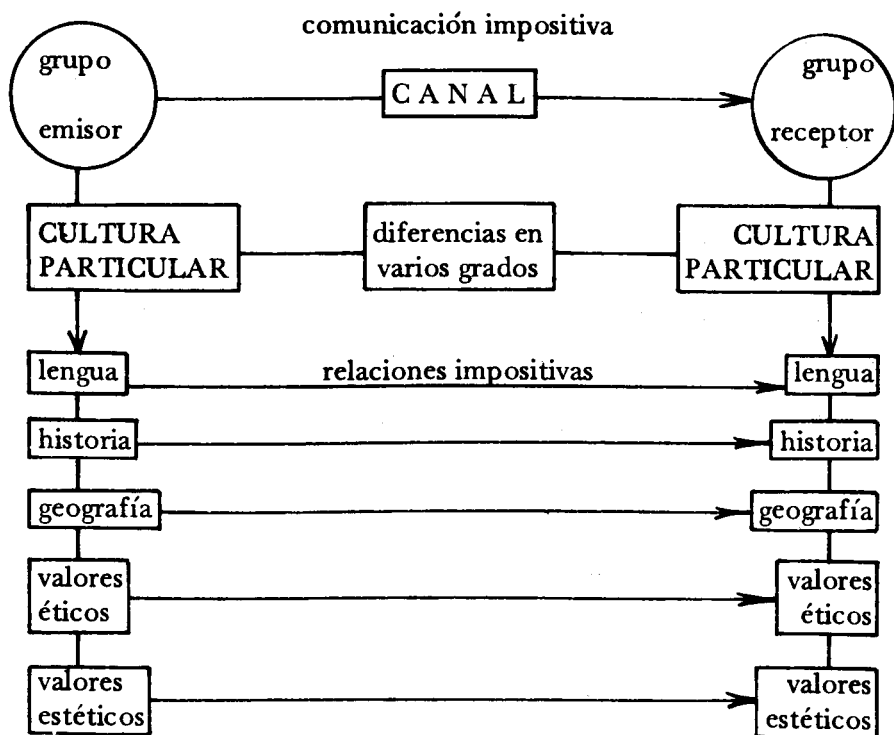


Fig. 1. Comunicación lingüística.

En este esquema el locutor (o hablante) está en una relación directa con el auditor (u oyente) y en donde ambos pueden convertirse en auditor y locutor respectivamente. Lo característico de esta comunicación es que ambos pertenecen a un mismo contexto integrado por factores comunes, tales como *lengua, historia, religión, geografía*, etc., y por lo tanto los intereses de ambos son fácilmente identificables. Este tipo de comunicación tiende a fortalecer la cultura de la etnia. Es el tipo de comunicación que prevalece en Ichán, mientras que en Tarecuato se encuentra solamente entre los ancianos y las familias que no poseen televisión. Entre las familias que poseen televisión la comunicación tradicional tiende a desaparecer.

### Comunicación y televisión

La llegada de la televisión ha traído consigo otro tipo de comunicación, representada por el siguiente esquema:



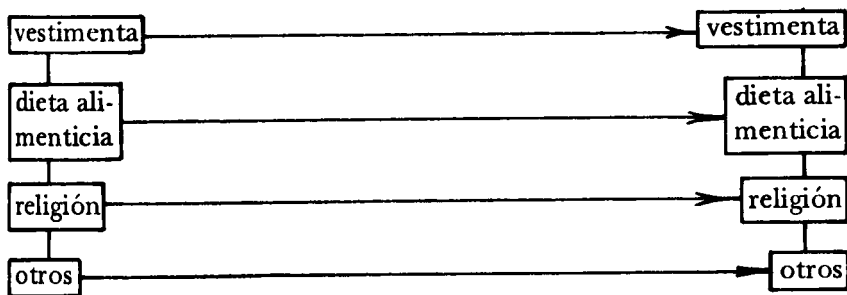


Fig. Comunicación televisiva.

Aquí la comunicación deja de ser individual para convertirse en grupal. En ella el grupo emisor y el grupo receptor no tienen relación directa y poseen culturas diferentes. Es una comunicación impositiva porque se da en una sola dirección y porque el grupo receptor no tiene otra opción que aceptar la información que le ofrece el grupo emisor. Este impone no únicamente el tipo de comunicación, sino también el tipo de información audiovisual que se transmite y, por lo mismo, todos los elementos culturales propios a él. En la televisión el grupo emisor es no únicamente productor del material producido, sino que es también intermediario de materiales producidos por otros emisores con culturas variadas y casi siempre muy diferentes a las del grupo receptor. Ello ocurre con seriales, películas, caricaturas y otros materiales extranjeros. Representarlos en el esquema requeriría la ampliación de éste, lo que rebasaría los fines del presente trabajo.

## NOTAS

1. La bibliografía al respecto es extensa. Consultar entre otros: Olena Senton, *Exposure to Films and School Adjustment*, Uppsala, 1965; Wilbur Schramm, *La ciencia de la comunicación*, Grijalbo, México, 1984; J. P. Baggaley, S. W. Duck, *Análisis del mensaje televisivo*, Ed. Gili, Barcelona, 1979.
2. Shirley Brice Heath, *La política del lenguaje en México: de la Colonia a la Nación*, SEP-INI, México 1972, p. 19.
3. *Ibid.*, p. 17.
4. INEA, *Proyecto Purépecha de Educación de Adultos*, Morelia, Mich., p. 4.
5. *Primer Encuentro para la Educación de los Adultos*, organizado por el INEA y el INI, Morelia, Mich., dic. 1984. En esta reunión se definieron a fondo, entre otras cosas, las características de la educación purépecha tradicional.
6. La programación analizada de ambos canales corresponde a la semana del 25 al 31 de agosto de 1984.
7. José Gómez Robleda, *Pescadores y campesinos tarascos*, México, 1943, p. 20-21.
8. Cfr. Raúl Cremoux, *La legislación mexicana en radio y televisión*, México, p. 67-70.
9. Este análisis corresponde a la programación del día 29 de abril de 1985, de las 16:00 a las 17:50 horas.
10. Ver: Eleanor E. Maccoby, "Los efectos de la televisión sobre los niños". en: *La ciencia de la comunicación humana*, comp. Wilbur Schramm, México, 1984.
11. Mientras que en Ichán las autoridades aceptan tan sólo un 2 por ciento de emigrados y en Tarecuato 20 por ciento, en otras comunidades como Zopoco, aceptan un 5 por ciento, en Tangancicuaro 20 por ciento y en San Juan Parangaricutiro hasta 40 por ciento.
12. Luis Ramiro Beltrán, *Comunicación dominada. Estados Unidos en los medios de América Latina*, 1980, p. 104-105. El autor presenta una lista interesante de los elementos identificables que porta la imagen televisiva y su influencia en el tele-espectador.
13. David Victoroff, *La publicidad y la imagen*, México, 1983, p. 17.
14. Alberto Montoya Martín del C., "Los determinantes de la información en la sociedad mexicana", en: *Los condicionantes históricos de la comunicación social*, México, 1981, p. 107.
15. *Idem*, p. 101.
16. Raúl Cremoux, *op. cit.*, p. 63-64.
17. José Luis G. Espíndola, "Información y necesidades sociales: Los noticieros de Televisa", en: *Televisa, el quinto poder*, México, 1985, p. 78.
18. Raúl Cremoux, *op. cit.*, p. 37.
19. Diario Oficial, 19 de enero de 1960.
20. Diario Oficial, 1 de julio de 1969.

## BIBLIOGRAFIA

- Arriaga, Patricia, *Publicidad, economía y comunicación masiva*. CEES-TEM, Ed. Nueva Imagen, México.
- Arnheim, R., *Art and Visual Perception*, University of California, Berkeley, 1964.
- Baggaley, J. P. Duck, S. N., *Análisis del mensaje televisivo*. Ed. Gili, Barcelona, 1979.
- Beltrán, Luis Ramiro, *Comunicación dominada. Estados Unidos en los medios de América Latina*, Nueva Imagen, México, 1980.
- Birdwhistell, *Kinesics and Context. Essays on Body Motion Communication*, Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 1970.
- Brice H., Shirley, *La política del lenguaje en México: de la Colonia a la Nación*, SEP-INI, México, 1972.
- Carrasco, Pedro, *El catolicismo popular de los tarascos*, SEP-Setentas, México, 1976.
- Caso, Alfonso, *La comunidad indígena*, SEP-Setentas, México, 1976.
- Caso, Alfonso, y otros, *La política indigenista en México*, SEP-INI, México, 1954.
- Cremoux, Raúl, *La legislación mexicana en radio y televisión*, UAM, México, 1982.
- Curran, James, y otros, *Sociedad y comunicación de masas*, FCE, México, 1954.
- Doelker, Christian, *La realidad manipulada*, Ed. Gili, Barcelona-México, 1982.
- Dorfman, Ariel, y otros, *Imperialismo y medios masivos de comunicación*, Ediciones Quinto Sol, México.
- Gómez Robleda, José, *Pescadores y campesinos tarascos*, SEP, México, 1943.
- Gutiérrez Espíndola, José Luis, y otros, "Información y necesidades sociales. Los noticieros de Televisa", en: *Televisa: El quinto poder*. Claves Latinoamericanas, México, 1985.
- Hoebel, A., "La naturaleza de la cultura", en *Hombre, Cultura y sociedad*, FCE, México, 1975.
- INEA, *Proyecto Purépecha de Educación de Adultos*. Morelia, Mich., 1985.
- Linton, Ralph, *Cultura y personalidad*, FCE, México, 1971.
- MacBride, Sean, *Un solo mundo, voces múltiples*. FCE-UNESCO, México, 1981.
- Maccoby, Eleanor E., "Los efectos de la televisión sobre los niños", en *La ciencia de la comunicación humana*, comp. W. Schramm, Grijalbo, México, 1984.
- Miller, George, y otros, *Nuevas dimensiones en la psicología y la comunicación*. Editores Asociados, México, 1978.
- Moles, Abraham A., *Teoría estructural de la comunicación y sociedad*, Trillas, México, 1983.
- Montoya, Alberto, "Los determinantes de la información en la sociedad

- mexicana”, en *Los condicionantes históricos de la comunicación social*, Coordinación General de Comunicación Social de la Presidencia de la República, México, 1981.
- Mukarovsky, J., *Aesthetic Function, Norm and Value as Social Facts*, Ann Arbor, Michigan, 1970.
  - Ricci Bitti, Pio, *Comportamiento no verbal y comunicación*, Ed. Gili, Barcelona-México, 1977.
  - Senton, Olena, *Exposure to Films and School Adjustment*, Uppsala, 1965.
  - Schramm, Wilbur, *La ciencia de la comunicación humana*, Grijalbo, México, 1984.
  - Solís, Beatriz, “La legislación vigente en la comunicación social de México”, en *Seminario de comunicación social*, UAM, México, 1983.
  - Smith, Anthony, *La política de la información*, FCE, México, 1984.
  - Smith, Anthony, *La geopolítica de la información*, FCE, México, 1984.
  - Verón, Eliseo, y otros. *La ventana electrónica. TV y comunicación*, EUFESA, México, 1983.
  - Victoroff, David, *La publicidad y la imagen*, Ed. Gili, México, 1983.
  - Viqueira, Carmen, *Percepción y Cultura*, Ed. de la Casa Chata, México.
  - Winn, Marie, *La droga que se enchufa*, Diana, México, 1981.