

## 6. PRESENCIA DE “LA VOZ DE LA MIXTECA” EN LA COMUNIDAD RECEPTORA DE TLAXIACO-OAXACA

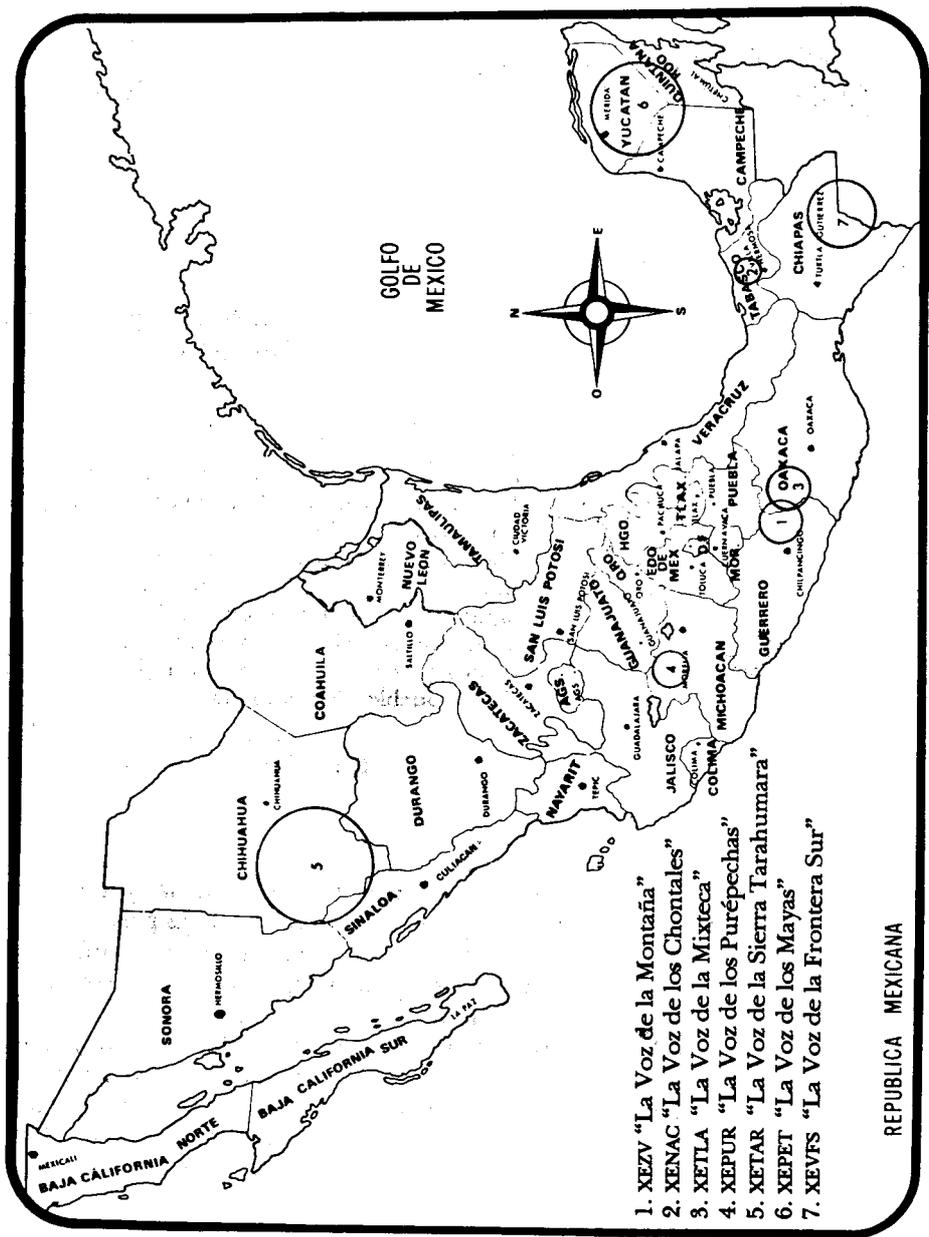
Inés Cornejo Portugal  
*Instituto Nacional Indigenista*

Sabemos que la comunidad poco a poco pierde fuerzas, la vida es difícil, mucha gente emigra a otras partes de Oaxaca o de la república y con ellos regresan modos de pensar y costumbres que muchas no ayudan a la unión de nosotros, algunos hasta sienten vergüenza de hablar triqui, y pensamos que la radio puede servir para conocernos a nosotros mismos y a unirnos con los demás pueblos de nuestra raza.

(Blanca Santiago, de XETLA,  
Tlaxiaco, Oaxaca).

### *Introducción*

Este trabajo se inscribe en el proyecto de investigación “Formas y medios de comunicación en zonas indígenas” que se gesta a partir de la preocupación por conocer lo que acontece en las regiones interétnicas en términos de comunicación, de la necesidad de precisar el papel que han desempeñado las radiodifusoras del Instituto Nacional Indigenista (INI) en las diferentes comunidades, y para obtener algunos elementos sobre la identificación de los grupos indígenas con las estaciones indigenistas. Si bien en el proyecto las interrogantes giran en torno a lo que formalmente se conoce como medios de comunicación —televisión, radio, prensa—, también se considera la participación de los aparatos de sonido —amplificadores—, la campana, las radiograbadoras y el *cassette*, en la vida de la comunidad.



1. XEZV "La Voz de la Montaña"
2. XENAC "La Voz de los Chontales"
3. XETLA "La Voz de la Mixteca"
4. XEPUR "La Voz de los Purépechas"
5. XETAR "La Voz de la Sierra Tarahumara"
6. XEPET "La Voz de los Mayas"
7. XEVFS "La Voz de la Frontera Sur"

## *Las radios del INI*

Después de la segunda guerra mundial surgen en Latinoamérica emisoras culturales y educativas. Una experiencia particular la constituyen las llamadas "radios indigenistas". En 1979 da inicio en México el proyecto radiofónico en zonas indígenas con la aparición de la XEZV (La voz de la montaña), en Tlapa de Comonfort, Guerrero. A esta emisora le siguieron la XENAC (La voz de los chontales), en Nacajuca, Tabasco; la XETLA (La voz de la Mixteca), en Tlaxiaco, Oaxaca; la XETAR (La voz de la Sierra Tarahumara), en Guachochi, Chihuahua; la XEPET (La voz de los mayas), en Peto, Yucatán; la XEPUR (La voz de los purépechas), en Cherán, Michoacán; la XEVFS (La voz de la frontera sur), en Las Margaritas, Chiapas (ver cuadro 1). Actualmente se trabaja en la instalación de dos radiodifusoras: una en Guelatao, Oaxaca y otra en Tancanhuitz de Santos, San Luis Potosí.

En los años que tienen de funcionar las radios del INI, éstas se han constituido en una experiencia de comunicación que ha ido confirmando las posibilidades del medio radiofónico como instrumento para acompañar, dinamizar y fortalecer la cultura indígena. En el proyecto radiofónico que pretende llevar a cabo actualmente el Instituto Nacional Indigenista, el indígena ya no sólo es receptor de mensajes, sino gestor de ellos.

### *La voz de la Mixteca*

En 1982 se instala La voz de la Mixteca en Tlaxiaco, Oaxaca, con el objeto de contribuir al mejoramiento de las condiciones de vida de las comunidades indígenas de la región y al fortalecimiento de su cultura. En este proyecto, la radio se define como una herramienta de apoyo al quehacer cultural de esas comunidades.

La práctica de la XETLA ha ido formulando preguntas que tienen que ver con el papel que la radio cumple en la población y con la respuesta de las comunidades frente a un medio de comunicación que no surge de su propia cultura. Estas son algunas de las interrogantes que motivaron a investigar la presencia de La voz de la Mixteca en la comunidad receptora.

Para percibir dicha presencia fue necesario conocer los hábitos de la audiencia, para ello la variable principal fue el contacto de los sujetos con el medio. Este primer acercamiento permitió delinear el perfil del auditorio y ubicar algunos elementos del uso que le dan en términos de su propia identidad cultural, su música, sus costumbres y especialmente de su lengua, es decir, cómo se concibe la radio desde la cultura indígena.

CUADRO 1  
Red de radiodifusoras del Instituto Nacional Indigenista

Radiodifusora	Año de fundación	Ubicación	Potencia	Frecuencia	Cobertura	Número de municipios atendidos	Población indígena atendida	Lenguas en que transmite	Horario de transmisión
XEZV La voz de la montaña	1979	Tlapa de Comonfort, Guerrero	1 000 W	800 kh	5 027 m <sup>2</sup>	28	248 711	Náhuatl, mixteco tlapaneco, español	De 6:00 a 19:00 hrs de lunes a viernes De 6:00 a 14:30 hrs sábado y domingo
XENAC La voz de los chontales	1980	Nacajuca, Tabasco	500 W	1440 kh	1 257 m <sup>2</sup>	7	46 939	Chontal, español	De 5:00 a 19:00 hrs de lunes a sábado De 7:00 a 15:00 hrs domingo
XETLA La voz de la Mixteca	1982	Tlaxiaco, Oaxaca	700 W	950 kh	2 827 m <sup>2</sup>	116	210 863	Mixteco, triqui, español	De 6:00 a 18:00 hrs de lunes a viernes De 6:00 a 14:00 hrs sábado y domingo
XETAR La voz de la Sierra Tarahumara	1982	Guachochi, Chihuahua	10 000 W	880 kh	31 416 m <sup>2</sup>	28	130 996	Tarahumara, ódame, guarijío, español	De 6:00 a 19:00 hrs de lunes a viernes De 6:00 a 19:00 hrs sábado y domingo
XEPET La voz de los mayas	1982	Peto, Yucatán	10 000 W	740 kh	31 416 m <sup>2</sup>	106	530 849	Maya, español	De 6:00 a 18:00 hrs de lunes a viernes De 6:00 a 14:00 hrs sábado y domingo
XEPUR La voz de los purépechas	1982	Cherán, Michoacán	1 000 W	880 kh	5 027 m <sup>2</sup>	69	206 125	Purépecha, español	De 7:00 a 19:00 hrs de lunes a viernes De 7:00 a 15:00 hrs sábado y domingo
XEVES La voz de la frontera sur	1987	Las Margaritas, Chiapas	4 000 W	1030 kh	20 000 m <sup>2</sup>	42	230 000	Tojolabal, tzeltal, tzotzil	De 6:00 a 16:00 hrs de lunes a viernes De 6:00 a 14:00 hrs sábado y domingo

## *Perspectiva teórica*

Para conocer la influencia de la radio en la comunidad receptora se formularon dos grandes puertas de entrada:

1) Los medios de comunicación masiva. Para muchos estudiosos de la comunicación social, son los elementos hegemónicos y de mayor influencia para producir alteraciones o modificaciones en el comportamiento o en las actitudes de los sectores llamados tradicionales. Asimismo, es un supuesto generalizado atribuirles una ubicación dominante por encima de otros mecanismos o redes de sociabilidad.

Una de las hipótesis de este trabajo es que en la comunidad indígena el medio radiofónico interactúa con otras redes de sociabilidad —la familia, los amigos, la escuela— en un proceso complejo y articulado. Y parece ser que en este sector dichas redes son, en muchos de los casos, más relevantes que los medios de comunicación conocidos para la difusión de las ideas y conocimientos en el interior de la comunidad.

Para el análisis de la radio, sus posibilidades de ser recibida, que sus mensajes sean interpretados cabalmente, y su influencia en dichas comunidades, fue necesario considerar el ámbito del receptor. La preocupación por el receptor se viene desarrollando desde diversas perspectivas y desde hace algún tiempo. Investigadores como Maya y Silva (1987) mencionan que la población o público no se apropia indiscriminadamente de lo que ve, oye o recibe, sino que dicha apropiación responde a la historia particular de los sujetos en la que intervienen factores de diversa índole, como son los que se refieren al tipo de sociedad y al movimiento específico en que se ha producido la influencia del medio, los que tienen que ver con el contexto sociocultural y económico, y los que se refieren a las características psicobiológicas de los receptores. Todo ello va a influir sobre la forma en que el receptor se relaciona con el medio y la manera en que serán recibidos o recreados los mensajes. Rebeil (1986) señala que para estudiar dicha problemática debemos considerar que la “sociedad receptora” no es una suma de individuos, sino más bien una integración de sujetos ubicados en una estructura de relaciones sociales cuya subjetividad se forma en la experiencia de sus prácticas con diversas instituciones. Para ello, menciona que hay que considerar que cada individuo receptor posee una subjetividad y ésta determina la forma y dimensión en que los mensajes le afectan. En segundo lugar, las relaciones interpersonales influyen en la percepción, asimilación y aceptación de los mensajes. Por último, se debe analizar del lugar que ocupa el individuo en la estructura socioeconómica que condiciona sus percepciones, selectividad y usos del impacto de los medios en el receptor.

El proceso comunicativo no es una simple suma de informaciones lanzada sobre un receptor relativamente pasivo. En él se dan un sinnúmero de

variables que es necesario considerar para aprehender el ámbito del receptor como parte del proceso global de comunicación.

2) El nuevo indigenismo. El estudio del indigenismo, como apunta Guillermo Bonfil (1987), se ha visto afectado desde cuatro perspectivas:

- La tendencia que suprime 500 años de influencia colonial e idealiza de manera romántica a los indígenas, planteando que basta que se les deje libres —sin interferencia—, para que ellos encuentren su propio camino.
- La perspectiva que reduce lo indígena a lo folclórico y asume la estructura indígena como algo inconexo o aislado, entre lo cual se puede elegir lo que se modifica y lo que permanece.
- El planteamiento de la no contaminación de las culturas indias en aras de su “pureza”, lo que significa inmovilización y estancamiento para dichas culturas.
- La convicción, en diferentes perspectivas, de la existencia de un tipo de cambio, al estilo de la sociedad occidental.

En Latinoamérica, los proyectos desarrollistas se preocuparon por los indios a partir de grandes campañas de alfabetización, educación y planificación familiar. El indio podía ser igual a cualquier hombre blanco, pero se le criticaba que tuviera otra cultura diferente a la occidental. Los intentos de desindianizar a los indios y volverlos más occidentales eran constantes.

Como respuestas a estos planteamientos y también como resultado de las luchas políticas desarrolladas por los pueblos indios, formula Bonfil (1987) una nueva concepción de indigenismo, el “indigenismo participativo” que trata de involucrar a la población indígena en todas las etapas de cualquier acción y garantizar que su voz y opiniones sean escuchadas. En tal sentido, ya no se trata de idealizar a los indígenas o imaginarlos fuera del contexto del desarrollo contradictorio de nuestra sociedad; sino, más bien, se trata de utilizar y negociar con todo aquello que la sociedad moderna conlleva para fortalecer y dinamizar la cultura indígena. O lo que en términos de Bonfil sería “actualizar las culturas indígenas, proporcionándoles su ser contemporáneo”.

Estas reflexiones nos permitieron dar cuenta de la presencia, tarea y gestión de la radio indigenista en las sociedades llamadas tradicionales como un factor que contribuye a la vigencia y actualización de las culturas indias.

### *Perspectiva metodológica*

La información se organizó de acuerdo con las siguientes precisiones metodológicas:

- 1) La cobertura de la XETLA comprende ocho distritos de Oaxaca: Tlaxiaco, Teposcolula, Nochixtlán, Juxthahuaca, Silacayoapan, Putla, Huajuapán y Coixtlahuaca. En todos, además del español, se habla triqui y mixteco, con sus variantes.
- 2) El total de la muestra (101 mujeres y 99 hombres) fue distribuida de acuerdo con la densidad de población de los distritos bajo la señal de la XETLA. La variable lengua se tomó como guía para la distribución estadística. Se calificó a la población en dos categorías: monolingües —de lengua indígena o de lengua española—; y bilingües —lengua indígena y español—. Para segmentar la muestra se tomó en cuenta el sexo, la edad y el nivel educativo.
- 3) El proceso de recolección de información se llevó a cabo durante los meses de julio y agosto de 1988 a través de un cuestionario de opción múltiple, en la mayoría de los casos, y de aplicación directa y personal, en otros.

## ALGUNOS RESULTADOS

### *Audiencia del medio radiofónico*

El análisis de los datos ha demostrado que la audiencia del medio radiofónico es abrumadora. El 89% de la población entrevistada escucha radio, mientras que sólo el 11% no la escucha, ni posee aparato receptor; este último dato no significa que existe una correspondencia entre ambos grupos.

Para mostrar la presencia cotidiana del medio radiofónico escogimos analizar las horas de exposición en los días de la semana (ver cuadro 2).

CUADRO 2  
Tiempo de exposición de lunes a viernes

	Porcentaje
Hasta una hora	21.50
Hasta dos horas	15.50
Hasta tres horas	8.50
Hasta cuatro horas	6.50
A ratos	8.00
No escucha	1.00
No participa	11.50
Total	100.00
	(n=200)

En el cuadro 2 se observa que sólo el 1% de la población manifiesta no escuchar la radio; si a ello se agrega que los datos se aglutinan entre las personas que escuchan hasta una hora (21.50%) y hasta dos horas (15.50%), junto con las personas que oyen más de cuatro horas (27.5%), se puede señalar que para el 64.5% de la población entrevistada la radio tiene una presencia sólida.

Al relacionar la información global con la variable sexo, podemos expresar las siguientes precisiones: los hombres prefieren escuchar radio desde una hasta tres horas (60.6%), a diferencia del sector femenino entrevistado, quienes prefieren exponerse al medio radiofónico más de cuatro horas (34.65%) y sólo a ratos (11.88%).

### *Presencia del medio*

Para establecer la presencia del medio radiofónico se formularon preguntas sobre la participación de la radio en tres actividades cotidianas: labores realizadas dentro de la casa (como desgranar el maíz, cocinar, cuidar a los niños, etcétera); quehaceres fuera de ésta (cuidado de animales, cortar leña, etcétera) y, por último, cuando se reúne la familia.

CUADRO 3  
Presencia del medio  
(porcentajes)

¿Escucha radio?	Labores de casa	Partir leña	Reunión familiar
Sí	60.50	25.50	46.00
A veces	27.00	3.00	30.50
No	11.00	71.00	22.00
No resp.	1.50	1.50	1.50
Total	100.00	100.00	100.00
	(n=200)	(n=200)	(n=200)

De acuerdo con el cuadro 3 se puede señalar que la radio ocupa un lugar dominante en las actividades cotidianas. El 87.5% de la muestra escucha radio cuando se queda en casa haciendo labores. Este fenómeno también se da cuando se reúne la familia.

Para confrontar la presencia del medio indagamos sobre el “tiempo libre”. Denominamos “tiempo libre” a todas aquellas actividades que son desempeñadas además de la práctica cotidiana del trabajo —remunerado o no— (cuadro 4).

**CUADRO 4**  
Uso del tiempo libre

	Porcentajes
Labores de casa	35.5
Descansar	13.5
Atender los animales	11.5
Hacer deporte	8.0
Tejer, coser, remendar	7.5
Partir leña	6.5
Acarrear agua	4.5
Otras respuestas:	
Leer, desherbar la milpa, nada, reunirse con la familia, ver televisión	
Total	100.0 (n=200)

Como se observa en el cuadro 4, ninguna de las personas entrevistadas señaló "usar" el tiempo libre para escuchar la radio. Esta información nos muestra que la participación de la radio en la vida cotidiana de la población es más bien compartida con otras actividades.

#### *Contexto social*

Para conocer el contexto social en el cual los receptores se exponen al medio se formuló la pregunta: "¿Con quién escucha la radio?" (ver cuadro 5).

**CUADRO 5**  
Contexto social de exposición

	Porcentajes
Familiares	73
Amigos y familiares	2
Amigos	1
Solo	14
No responde	10
Total	100 (n=200)

La exposición a la radio en familia es una práctica generalizada, lo cual no significa que la gente se reúna específicamente para escuchar la radio, sino que, por las condiciones físicas de la recepción —la casa como unidad de diversas acciones de toda la familia—, la radio es compartida con tales acciones. Probablemente los mensajes sean puestos a la discusión y consenso del grupo familiar, lo que permite suponer o inferir que su influencia está mediada por dicho grupo.

### *Preferencia por la XETLA*

En la zona en estudio, además de la XETLA transmiten otras emisoras comerciales (ver cuadro 6).

CUADRO 6  
Preferencia por la XETLA

	Porcentajes
XETLA	33.75
XEOA	17.00
La Consentida	8.75
XEW	3.75
T. de Monterrey	2.75
XEQ	1.50
Radio Joya	1.25
Otras menciones:	5.75
La Poblanita, XEX, XEZV, Capital, Red, Fiesta, Capital	
No responde	25.50
Total	100.00
	(n=400)

Los datos del cuadro 6 muestran que la XETLA es la radio preferida por la comunidad receptora. Asimismo, indican que las emisoras XETLA, XEOA (Oaxaca), y La Consentida (Puebla), representan las preferencias de casi el 60% de los entrevistados. Para complementar la información sobre la preferencia por la radio indigenista se formuló la pregunta: “¿Para qué sirve la XETLA?” (ver cuadro 7).

**CUADRO 7**  
Utilidad de la XETLA

	Porcentajes
Información	46.50
Tradición	21.00
Servicio	11.50
Entretenimiento	1.00
Otra respuesta	2.50
No sabe	10.50
No responde	7.00
Total	100.00
	(n=200)

Como se observa en el cuadro 7, la población entrevistada percibe a la XETLA fundamentalmente como informante (46.5%) y como medio de difusión y fortalecimiento de la tradición (21%). Este cuadro también demuestra que para el 67.5% de los entrevistados la XETLA no es un medio eminentemente musical o de entretenimiento, sino que más bien constituye un apoyo en términos de la información. Parece ser que la comunidad receptora entrevistada prefiere y selecciona a la radio indigenista frente a las otras emisoras comerciales que transmiten en la región porque los mantiene informados y difunde sus tradiciones (música, leyendas, cantos, lengua).

Las primeras conclusiones de la relación entre el medio radiofónico en la vida de la población entrevistada podrían expresarse de la siguiente manera: la destacada presencia del medio radiofónico en la población receptora confirma que la radio continúa siendo el medio con mayor potencial en este sector rural; la audiencia para el medio radiofónico no es privativa de otras actividades y está en relación con la organización del tiempo cotidiano de la población; a diferencia de lo que ocurre en las ciudades, donde la recepción grupal se está modificando hasta tornarse totalmente individual, para el caso de la población investigada, el auditorio está motivado a comentar y platicar en familia lo que se difunde por la radio; en la población entrevistada se ha constatado la preferencia por La voz de la Mixteca frente a las otras emisoras comerciales que transmiten en la región.