



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

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

Yoreme (Mayos)
en **Etchojoa**, Sonora

INTRODUCCIÓN	3
INFORMACIÓN SOCIOCULTURAL DE ETCHOJOA.....	6
Ubicación.....	6
Historia.....	6
Características de la población.....	7
Identidad.....	8
Lengua.....	8
Religión.....	9
Educación.....	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.....	16
Televisores y recepción de canales.....	17
Aparatos radiofónicos y frecuencias.....	19
Dispositivos digitales y conexión a internet para consumo audiovisual.....	21
HÁBITOS DE CONSUMO.....	22
Televisión.....	22
Radio.....	25
Internet.....	25
APROPIACIÓN DE CONTENIDOS.....	27
Cambios de comportamiento.....	30
Creación de contenidos.....	32
Derechos de las audiencias.....	33
REPRESENTACIONES MEDIÁTICAS.....	34
Representaciones y estereotipos.....	34
Buenas prácticas.....	36
Propuestas desde la audiencia.....	36
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 Etchojoa del estado de Sonora, en los que habitan niñas, niños, adolescentes y adultos.

Cabe mencionar que el estudio contó con una participación limitada de hombres adultos, lo anterior porque la mayoría de estos manifestaron no querer participar o se encontraban realizando sus actividades laborales. Por lo que las técnicas de recopilación de información fueron aplicadas al resto de las personas integrantes de los hogares.

El proceso de levantamiento fue realizado a través de la aplicación presencial de técnicas de investigación cuantitativas y cualitativas como entrevistas estructuradas, entrevistas a profundidad 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 Etchojoa 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 Etchojoa 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 Etchojoa, 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 ETCHOJOA

Ubicación

El municipio de Etchojoa se localiza en el estado de Sonora, en la latitud norte 26° 52" y longitud oeste 109° 39" y a una altitud de 13 metros sobre el nivel del mar. Colinda al norte y este con el municipio de Navojoa; al sur con Huatabampo; al noroeste con Cajeme; al oeste con el Golfo de California. (INAFED, 2021).

El municipio presenta un clima muy seco cálido. La temperatura media anual es de 23.3°C. La precipitación pluvial media anual es de 340.6 milímetros y los meses más lluviosos son julio, agosto y septiembre. Se presentan heladas ocasionales de noviembre a marzo.

En Etchojoa se localizan elementos orográficos e hidrológicos, los cuales están formados en un valle de pendientes suaves muy propias para la agricultura, interrumpidas, solamente por los cerros El Bayajórito, Moyacahui, Junelancahui, La Campana, Oromuni, Totocame, Babucahui. Y, de acuerdo con su hidrografía, el río Mayo, además de ser una importante fuente abastecedora de agua para la actividad agrícola, ha sido el factor regulador del asentamiento de la población. (INAFED, 2021).

Historia

La palabra Etchojoa proviene de la lengua mayo de raíz "etzo", cardón o cactus conocido localmente como "echo" y "jova", habitación o casa. Etchojoa significa por lo tanto "casas de cactus o echos". Habitado en sus orígenes por la tribu ancestral mayo le da su nombre al valle donde se ubica, así como al río que lo atraviesa. Etchojoa es uno de los siete pueblos que conforman la etnia mayo.

En 1613, fue visitado por primera vez por el misionero jesuita Pedro Méndez. Fue pueblo de visita de la Misión de Santa Cruz del Río Mayo. En 1796, al decaer el sistema misional, dos sitios de ganado mayor de los predios de Etchojoa fueron atribuidos mediante título a Marcos Valenzuela, iniciándose así el mestizaje de la población.

Después de la Independencia y a raíz de las rebeliones indígenas de 1825 y 1829, Etchojoa estuvo sometido a la ley particular para el gobierno de los pueblos indígenas del 30 de septiembre de 1928, que establecía capitanes y tenientes militares como parte del gobierno interior de los mismos.

Etchojoa obtuvo la categoría de municipio en la segunda mitad del siglo XIX y estuvo adscrito al distrito de Álamos hasta la desaparición de éstos en 1917.

En 1909 Etchojoa fue declarado municipio. Entre los acontecimientos históricos más relevantes es de mencionar el de 1934, año en el que el presidente de la República General Lázaro Cárdenas llevó a cabo el reparto agrario. En 1919, un decreto del Congreso fijó los límites del municipio con los de Navojoa y Huatabampo.

En la década de 1930-1940 hubo un despegue agrícola, a raíz de los primeros desmontes y dotaciones agrarias que propició una aceleración del crecimiento demográfico. En esta etapa surgieron las poblaciones de Bacobampo y la Colonia Irrigación, posteriormente denominada Villa Juárez, entre muchas otras poblaciones y ejidos del municipio.

Características de la población.

De acuerdo con datos del Censo de Población y Vivienda del INEGI (2020), la población total del Municipio Etchojoa es de 61,309 personas, de cuales 31,308 son hombres y 30,001 mujeres. Existen en el municipio un total de 15,532 viviendas particulares habitadas, de las cuales, el promedio de ocupantes por cuarto es de 1.2.

En el municipio operan 62 sistemas de agua potable que abastecen a 10,233 viviendas, las cuales representan el 66 por ciento del total de viviendas del municipio. El municipio dispone de sistema de drenaje en la cabecera municipal, que beneficia al 3 por ciento de la población municipal.

Mientras que el servicio de energía eléctrica se presta a 49,702 habitantes, equivalente al 81 por ciento de la población total.

Con respecto a los servicios de correo, telégrafos y teléfono, el municipio cuenta con estos servicios.

El municipio comparte la extensa red de carreteras del Valle del Yaqui: además de las carreteras que enlazan a Navojoa-Huatabampo entre sí y con el Valle del Yaqui, se cuenta con 185 km de carreteras pavimentadas, caminos vecinales y brechas. El resultado global es una red de 2,181 km., de los que 731 corresponden a caminos vecinales y 1,450 a caminos y brechas improvisados sobre los bordes de canales y drenajes: la mayoría de los caminos entroncan con las carreteras pavimentadas. Etchojoa cuenta con el ramal ferroviario Navojoa-Huatabampo, la cual atraviesa el territorio municipal en una longitud de 25 km.

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 Etchojoa como "Mayos", 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 "Yoreme" (INPI, 2020) que significa "la gente" o "la gente de la ribera" proveniente de la lengua Mayo (INPI, 2017).

Lengua

De acuerdo con datos del Instituto Nacional de los Pueblos Indígenas (INPI, 2017), la lengua mayo pertenece a la familia yuto-nahua, de la subfamilia taracahita y está emparentada con la lengua yaqui y guarijío, aunque cada una de las tres presenta variaciones dialectales. La lengua dominante en la región es el español y la mayoría de los mayos la hablan. El monolingüismo, que es bastante bajo, se registra sobre todo entre niños pequeños y ancianos. Los mayos se nombran yoremes, es decir "el que respeta la tradición".

La serie de "Perfiles etnográficos" del INPI (2017), destaca que existen una serie de causas que han contribuido a desplazar la lengua mayo como factor de identificación entre los yoremes: el capitalismo de la región, la presencia de los mestizos en la misma estructura productiva de los mayos, el ejido, y el desprestigio que representa para muchos hablar la lengua de sus abuelos, etcétera.

De acuerdo con el INEGI (2020), la población de 5 años y más hablante de lengua indígena ha tenido un decremento desde 1995. Con relación al porcentaje de población de 3 años y más hablante de lengua indígena,

en Etchojoa es del 14.15%, mientras que de la población que habla lengua indígena, pero no habla español es del 0.99%.

Religión

La visión del mundo mayo tiene dos grandes influencias que se han ido transformando mutuamente hasta adoptar un rostro profundo y complejo en sus significados. En sus ritos, cantos y danzas, el papel de la naturaleza, como ente proveedor de su mundo, se expresa en el carácter que desempeñan danzantes como El Venado y El Pascola. Es un mundo donde se canta a las flores, a las aves y a los venados.

La religión de los mayos se organiza en torno a los Centros Ceremoniales o Pueblos Tradicionales, formados por comunidades más pequeñas congregadas en torno a un santo. En cada uno de ellos se desempeñan una serie de cargos, designados por las autoridades religiosas, como el maestro rezador, el alawasin, las cantoras y la directiva de la iglesia. Gran parte de la organización se basa en una serie de compromisos a través de promesas o mandas, que pueden ser realizadas por el propio individuo que espera o ha recibido un favor divino; o a través de una persona prometida por su padre o madre para que realice la manda por dos o tres años e incluso durante toda su vida. Por este medio se compromete la participación individual y se asegura la colectiva mediante los nexos familiares.

Otra influencia se debe, desde la acción de los jesuitas, a la fe católica reflejada en la veneración de ciertas divinidades como la Santísima Trinidad, San José, San Francisco, etcétera; ambas influencias, amalgamadas, interactúan en sus tradiciones, fiestas y creencias.

Datos del Centro de Población y Vivienda del INEGI (2010), indican que la población con religión católica en Etchojoa son 48,225, mientras que, de las religiones protestantes, evangélicas y bíblicas diferentes de evangélicas se concentran alrededor de 6,295; la población con otras religiones diferentes a las anteriores, solo una 1; y la población que se considera sin religión, son un total de 5,069. No hay una actualización de dichos datos en el Censo del 2020.

Paulatinamente, la presencia de evangelistas y de la iglesia protestante ha ido asegurando espacios en ciertas comunidades y ganando la participación de algunos mayos. Sin embargo, el sistema tradicional de

compromisos comunitarios, fiestas y promesas no ha sido alterado por estas nuevas iglesias en la región.

Educación

Los datos del INEGI (2020), registran una tasa de alfabetización entre los 15 y 24 años de 99.1%, mientras que el porcentaje de población de 25 años y más alfabetizada, es del 95.4% y el de la población de 15 años y más sin escolaridad es del 2.9%. Por otro lado, de la población de 15 años y más con instrucción media superior es del 24.1% y del nivel superior un 15.9.

Etchojoa tiene 201 escuelas, de las cuales 72 son de nivel Preescolar, 70 de Primaria, 26 de Secundaria, 7 de Media Superior. Las demás son Superior o formaciones para el trabajo.

Formas de gobierno y organización política.

De acuerdo con la Enciclopedia de Los Municipios y Delegaciones de México del Estado de Sonora, la agrupación social básica de los mayos es la familia extensa, las redes de relaciones y solidaridad que ésta trae consigo. La familia constituye un espacio de participación colectiva a la que se integran todos sus componentes, como son los abuelos, padres, hijos, tíos, sobrinos y hermanos. Otro espacio es el pueblo mismo, al que se refieren como Centro Ceremonial que congrega a diversas comunidades aledañas y donde todos los integrantes participan activamente en la organización de las fiestas tradicionales a través de los Fiesteros.

En la mayoría de los casos las formas de organización y poder están controladas por los yoris: como los comisariados ejidales, la policía preventiva, la directiva de la iglesia, las juntas de progreso y las autoridades municipales. Estas últimas están preponderantemente agrupadas en el Partido Revolucionario Institucional (PRI).

Prácticamente no existe una estructura de gobierno propia de los yoremes. La organización tradicional de los mayos, a través del gobernador o consejo supremo, tiene mayor funcionalidad y representatividad entre los mayos de Sinaloa. En Sonora, estos cargos tienen más reconocimiento por parte de las instituciones y algunas comunidades que por el conjunto de la población yoreme. La

organización mayo se expresa sobre todo en estructuras religiosas que aseguran el ritual tradicional.

En la actualidad, el Ayuntamiento de Etchojoa está integrado por 1 presidente municipal, 1 Síndico, 6 regidores de mayoría relativa y 4 de representación proporcional. El presidente municipal de Etchojoa es Jesús Tadeo Mendivil Valenzuela, del partido político Movimiento Regeneración Nacional. El municipio se encuentra constituido por 168 localidades. Las autoridades auxiliares son los delegados de las comunidades. Cuenta con un Bando de policía y buen gobierno.

Expresiones culturales y fiestas tradicionales

Con información presentada por el Instituto Nacional para el Federalismo y el Desarrollo Municipal (INAFED), Etchojoa tiene considerado solo un monumento histórico, el quiosco de la plaza municipal, pero a él se suman monumentos escultóricos como el del General Lázaro Cárdenas y el de la profesora Rafaela Rodríguez.

En el municipio y sus poblados se confeccionan de manera artesanal petates, canastos, sillas y mesas de sauce y álamo, pero también se hacen máscaras de fariseo confeccionadas con cueros de cabrito, coyote y borrego.

Su gastronomía destaca platillos como el guacavaqui, menudo, gallina pinta, carne asada, pescado ahumado, camarones, tamales de elote y tortillas de maíz. Bebidas como atole de harina y piloncillo, cocinado en olla de barro y cuchara de palo, mezcal de yocogihua y bachomojaqui.

Como principales atractivos turísticos y culturales, se tienen los festejos en honor a los santos patronos de las distintas poblaciones, los cuales logran reunir y organizar en mayo de cada año. Algunas de estas festividades se ofrecen en honor del Espíritu Santo; además, en la cabecera municipal se organiza la feria regional; en la Colonia Villa Juárez se ofrece la fiesta de San Juan el 24 de junio, la fiesta de San Pedro en el Ejido del mismo nombre y también se hacen festividades durante la Semana Santa. Además, resalta especialmente la danza del pascola, como una expresión cultural muy antigua entre los miembros de la Tribu Mayo.

Algunas de las tradiciones y costumbres de los habitantes de Etchojoa es el encuentro de la virgen (Santísima Trinidad) del Etchoropo y el Júpare; quemar la basura durante el día de la Santa Cruz; y ofrecer alimentos y bebidas a los muertos durante este mismo día y el Día de muertos. Entre

los trajes típicos se encuentra los vestuarios del venado, pascola, matachín y fariseo.

De acuerdo con Acosta (2001), anteriormente los centros ceremoniales, coincidían con los ocho pueblos, en la actualidad, cada localidad quiere formar sus propios centros ceremoniales. Inicialmente no eran bien vistos, sin embargo, diversas dependencias del Estado apoyaron la construcción de estos centros. Los partidos políticos han manipulado a los fiesteros, les abren los centros ceremoniales, y entre los mayos que no son simpatizantes de un mismo partido han creado un divisionismo.

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 Etchojoa 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.

De acuerdo con datos del ENDUTIH (2020), en México hay 84.1 millones de usuarios de internet y 88.2 millones de usuarios de teléfonos celulares. El 78.3% de la población urbana es usuaria de internet, mientras que, en la zona rural, la población usuaria se ubica en 50.4%. En México, los tres principales medios para la conexión de usuarios a internet en 2020 fueron: el teléfono celular con 96.0%, computadora portátil con 33.7% y con televisor con acceso a internet 22.2 por ciento. En términos generales, las principales actividades que realizan los mexicanos en Internet en 2020 son: comunicarse (93.8%), buscar información (91.0%) y acceder a redes sociales (89.0%).

Sin embargo, en el medio rural la situación es un tanto distinta. De acuerdo con datos de la ENDUTIH (2020), las zonas rurales apenas llegan a un porcentaje de cobertura de conexión a internet de un 23%. La televisión sigue siendo el principal medio para acceder a un contexto exterior a su zona de influencia territorial, seguido de cerca por la telefonía (la cual ha superado ampliamente a la radio), seguido por la televisión de paga y, apenas al año 2019, el 20% cuenta con computadoras.

En Etchojoa, de acuerdo con datos del INEGI (2020), el porcentaje de viviendas particulares que disponen de internet es apenas del 22.8%, mientras que aquellos que disponen de una computadora es del 17.6% y de un teléfono fijo es del 7.1%. El uso de telefonía celular va en ascenso, los hogares que disponen de uno se concentran en un 80.3% y aquellos que tienen televisión de paga es del 30.6%.



Gráfico 1. Cableado en las calles de Etchojoa.

A pesar de que la cobertura telefónica y de internet llega a todo el municipio, incluidas las zonas más alejadas, fueron muy pocos quienes manifestaron tener televisión con cable (algunos de ellos dejaron de tener televisión de paga a raíz de la pandemia), ninguno tiene una computadora de escritorio, ni laptop o tablet. Casi todos dijeron tener teléfono celular, pero ninguno de ellos mencionó tener un plan de renta mensual.



Gráfico 2. Antena utilizada como medio publicitario.

Condiciones y problemas de la infraestructura de telecomunicaciones.

En el municipio no se observó que hubiera una problemática con relación a las condiciones de infraestructura y telecomunicaciones. En general, toda la región está bien conectada y la señal llega adecuadamente. Sin embargo, se identificó la necesidad de dar continuidad a la instalación de postes, torres o ductos necesarios para aumentar la cobertura de servicios como internet y telefonía, esto, de acuerdo con comentarios de los pobladores con los que se pudo entablar conversaciones al respecto.

Conectividad y penetración de internet.

Uno de los datos que llaman la atención, con relación a la ENDUTIH (2020), es el relacionado con la penetración del internet a nivel nacional. Las entidades federativas que observaron los valores más altos en la proporción de usuarios de Internet fueron Nuevo León (84.5%), Ciudad de México (84.4%), Baja California (84.3%) y Sonora (82.9%). Mientras que, respecto de la disponibilidad de Internet en los hogares a nivel de entidad federativa, las que observaron los valores más altos fueron nuevamente Ciudad de México (80.5%), Sonora (79.5%), Nuevo León (78.8%) y Baja California (75.8%). Sin embargo, tanto la penetración como la disponibilidad no consideran factores relacionados con la marginalidad; y, aunque el municipio de Etchojoa tiene un grado de marginalidad medio (CONAPO, 2010), el 18.55% de su población vive en condiciones de pobreza extrema, lo que implica un total de 9,618 personas que carecen de condiciones para acceder por sus propios medios a internet en sus hogares o teléfonos celulares, condición que fue encontrada en los hogares entrevistados.

De acuerdo con la misma encuesta del INEGI (ENDUTIH, 2019 y 2020), se observa una disminución en el uso de todos los dispositivos para conectarse a internet en 2020, respecto del 2019, excepto en los teléfonos celulares, donde se observa un aumento del 1%.

La conectividad y penetración de internet en los hogares entrevistados presenta diversas características de acuerdo con dos aspectos. Por un lado, fue informado el acceso a redes de internet gratuito, con contraseñas disponibles en las instituciones que ofrecen la red, localizadas en tres puntos: el DIF municipal, una escuela primaria pública en Capusarit y el área circundante al H. Ayuntamiento municipal. Sin

embargo, cuando se intentó validar dicha información no fue posible establecer conexión en ninguna de ellas.

La conectividad en los hogares entrevistados fue admitida, pero ninguno de ellos contaba con una señal de wifi propia o contratada con ninguna compañía solamente para el acceso a internet. Tampoco se identificó que los entrevistados utilizaran las redes gratuitas, algunos comentaron que se cansaron de intentar la conexión sin tener éxito, por lo que mejor acuden a otros medios de acceso. Al respecto fue interesante registrar que algunos casos admiten robarse la señal de algún vecino o acceder a internet por medio del teléfono de amigos o, en la mayoría de los casos de familiares.



Gráfico 3. Postes en

calles de Etchojoa.

En el caso del mantenimiento de sus teléfonos con acceso a internet, los entrevistados manifestaron hacerlo por las siguientes vías: recargas telefónicas (la mínima fue de 20 pesos, la máxima de 200), paquetes de datos o plan de pago mensual, destacando Telcel.

Televisores y recepción de canales

Con relación al consumo de contenidos, ya sea en televisión abierta o de paga y sus posibles usos, se tiene que, de todos los hogares entrevistados solamente uno de ellos tiene dos televisores en su casa (hogar con niñas y niños), todos los demás solo contaban con uno o en otros casos, ninguno.



Gráfico 4. Televisión

de hogar indígena.

digital situada en sala

Con relación a la cantidad de horas dedicadas a ver televisión, se observa que un mayor consumo se presenta en los hogares indígenas sin niños, niñas ni adolescentes.

Con relación a las empresas de televisión que tienen cobertura en el municipio, se tiene a disposición ocho canales de televisión abierta y cuatro compañías identificadas que ofrecen el servicio de televisión por cable; solo hay dos televisoras locales (una de ellas es filial de una empresa nacional) y no se identificaron productoras locales.



Gráfico 5. Hogar indígena con antena para señal restringida.

Aparatos radiofónicos y frecuencias

La tendencia en el uso de aparatos radiofónicos en todo el país tiende a bajar. De acuerdo con datos de la ENDUTIH (2020), son usuarias de radio 41.0 millones de personas (35.1% de los habitantes de 6 o más años) y escuchan la programación 2.57 horas diarias en promedio con referencia a la semana anterior a la entrevista. De ellos, el 82.8% escucha programas de entretenimiento, 64.3% escucha noticieros y 21.1% escucha programas relacionados con deportes.



Gráfico 6. Tv y

disponible en hogar indígena.

Estéreo

A nivel local, las familias que cuentan actualmente con aparato radiofónico y escuchan principalmente frecuencia modulada.

"Si ella lo escucha. Es lo que me recuerdo cuando despierto en las mañanas, el radio de los buenos días con El Pariente da las noticias"
(Niña, 10 años, hogar indígena con niñas y niños).

Todas las familias conocen la radio comunitaria indígena local *La voz de los tres ríos*, pero solo algunos suelen escucharla eventualmente porque no hablan la lengua mayo. Las dos familias que tienen aparato se encuentran en el grupo de familias indígenas sin hijos menores de 17 años.



Gráfico 7. Grabadora

para consumo de contenidos radiofónicos.

En el grupo de familias indígenas con hijos menores, dos familias también comentaron escuchar radio con el aparato del vecino, el cual prende la radio para que lo escuchen las familias de alrededor que no cuentan con ningún aparato de comunicación. Estas dos familias habitan en zonas marginadas (Capusarit y colonia 19 de julio).

***"Pues ahí con el vecino porque se escucha hasta acá.
Cómo quisiéramos tener nosotros, pero pues, no se puede"
(Mujer, 64 años, hogar indígena con niñas y niños).***

Con relación a los nombres de las estaciones de radio que escuchan por más tiempo, destacaron dos tipos de estaciones, las comerciales y la comunitaria indígena. De las comerciales destacaron: La mejor 98.5 FM, la Ke Buena de Hermosillo 101.1 FM, Nuestra Radio 1270 AM, Caliente FM 101.9, Invasora FM 101.9 y 1540 AM, Radio Lobo 96.7 FM.

***"La 103.3 La KE Buena, es la que llega por la señal que tenemos y la de los indígenas, la invasora, esas son las que nos llegan ya las demás ya no"
(Mujer, 27 años, hogar indígena con niñas y niños).***

"Pues ni uno, un señor lo pone afuera y aquí se oye"

(Mujer, 66 años, hogar indígena sin niñas, niños y adolescentes).

Dispositivos digitales y conexión a internet para consumo audiovisual.

Fue escasa la presencia de dispositivos digitales en los hogares de todos los tipos, para cualquier tipo de consumo. Ninguna familia manifestó (y tampoco se observaron), computadoras de escritorio o portátiles o tabletas electrónicas. El único medio para acceder a contenidos audiovisuales fue por medio de sus teléfonos celulares. Asimismo, no todos eran teléfonos llamados *inteligentes* (smartphones), por lo que incluso tampoco podían tener acceso a internet.



Gráfico 8. Adolescente haciendo uso de smartphone.

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 Etchojoa.

Las familias entrevistadas dedican varias horas al día para estar al tanto de lo que sucede a su alrededor y el medio que más utilizan para ello es la televisión. El tipo de hogar que más horas dedica en ese medio es el que tiene menores de 12 años entre sus integrantes. La siguiente preferencia es el consumo de música con una amplia diferencia entre los grupos de hogares con hijos e hijos adolescentes y el grupo sin hijos, con 26 horas. El siguiente tipo de consumo es el que se hace de las redes sociales, con una coincidencia entre los grupos de hogares con hijos adolescentes y el grupo sin hijos. Se observa también un bajo consumo de medios como el periódico, a pesar de que también se identifica su vía digital de consumo, así como el de videojuegos.

Televisión

Con relación al mayor consumo de medios audiovisuales, en televisión, se identificaron los canales de preferencia de todos los grupos de hogar.

Destaca especialmente el canal de Las Estrellas de la empresa Televisa, así como algunos otros de la misma como el Canal 5. Lo anterior obedece a la poca referencia de señal de televisión por cable, lo que reduce la diversidad de programación a los canales de señal abierta, donde Televisa tiene varios canales.



Gráfico 9. Antena para recepción de señal abierta.

De acuerdo con el tipo de hogar, también se mencionaron aquellos programas favoritos, entre los que destaca ampliamente La Rosa de Guadalupe en casi todas las entrevistas y grupos, así como las novelas del grupo Televisa, seguido de caricaturas y posteriormente las noticias, películas y programas de entretenimiento.

“¡Ah! No, yo no aprendo nada de la tele, yo nomas la miro me gusta a veces hago corajes con la Rosa de Guadalupe y los casos que veo, me enoja, a veces lloro (ríe) tú también (le dice a su hija) si me emociono de más”

(Mujer, 32 años, hogar indígena con niñas y niños).

Entre las razones por las que eligen ese tipo de programación (además de la poca diversidad que sí fue mencionada), se destaca el entretenimiento, la relación con la vida cotidiana, el tipo de información que presentan y la diversión que ofrecen.

“Pues sí, por ejemplo, esos programas del Dish, el de la Rosa de Guadalupe vemos sobre casos de violencia contra las mujeres y decimos no jamás vamos a dejar

que nos pase” (Mujer, 56 años, hogar indígena sin niñas, niños y adolescentes).

“No, porque no es la realidad, me mortifica mucho la situación de las adolescentes y niños, está todo muy adelantado, hay muchachas muy escotadas, niñas de su edad que se les ven las nalgas y las chichis y yo digo no”

(Mujer, 31 años, hogar indígena con adolescentes).

**“Veo mucha novela, pero no dejan cosas buenas”
(Mujer, 45 años, hogar indígena con adolescentes).**

Asimismo, resaltaron algunos nombres de conductores y conductoras favoritas, como son: Paty Chapoy, Danielle Dithurbide, Carmen Rodríguez, Marco Antonio Regil, Raúl Araiza, Javier Alatorre, Galilea Montijo, Andrea Legarreta, Zabłudowsky y Carlos Hurtado, pero también mencionaron conductores de espectáculos como las Chamacas, el Vitor, Faisy, la Chupitos, el pariente y Eugenio Derbez.

Se generaliza una negativa a programas que promueven el uso de la violencia como tema, este tipo de programas es rechazado por todos los tipos de hogares.

**“Pues dónde salen muchos balazos esos no me gustan”
(Mujer, 64 años, hogar indígena sin niñas, niños y adolescentes).**

**“Pues, no me gusta porque salen que violaciones a niños, que violó a mi hija, o el maestro”
(Mujer, 31 años, hogar indígena con adolescentes).**

**“Una vez estábamos viendo y sale que el profesor graba debajo de la falda”
(Adolescente, 14 años, hogar indígena con adolescentes).**

**“La verdad no me gusta que vean la Rosa de Guadalupe, me molesta”
(Mujer, 31 años, hogar indígena con adolescentes).**

Radio

Una de las peculiaridades identificadas en la región, es la dificultad para acceder a dispositivos electrónicos que posibiliten el consumo individual de contenidos radiofónicos; lo anterior, debido a la falta de recursos económicos reportada por los participantes.

A pesar de que lo anterior limitó el consumo individual de contenidos, las personas participantes reportaron escuchar radio casi a diario a través de métodos indirectos como el transporte público para dirigirse a sus fuentes de empleo, la transmisión que hace el Ayuntamiento municipal, los contenidos sintonizados a alto volumen por otros miembros de la comunidad, entre otros.

De los hogares entrevistados, solo dos manifestaron contar con bocinas para consumir contenidos radiofónicos, dando prioridad a las mañaneras y a las noticias de Etchojoa. Lo anterior con la función de recibir información de lo que acontece en su comunidad a forma de reportes de incidentes, falta de servicios públicos como agua y electricidad, entre otros.

Entre las señales predilectas de consumo se encuentra la radio comunitaria y la radio comercial en frecuencia modulada (FM). Debido a la calidad de ambas señales.

**“Pues en la radio, escucho los reportes que la gente hace”
(Mujer, 32 años, hogar indígena con niñas y niños).**

**“En la radio me entero de la mayoría de las cosas, que, sobre el agua,
que la gente se queja”
(Mujer, 32 años, hogar indígena con niñas y niños).**

**“Se escucha la radio aquí cerca, ponen hasta canciones”
(Mujer, 71 años, hogar indígena sin niñas, niños y adolescentes).**

Internet

Las principales plataformas que se utilizan para acceder a contenido audiovisual es YouTube y Facebook, destacando esta última porque permite la navegación sin el gasto de datos de sus teléfonos, criterio

utilizado muy frecuentemente como impedimento para estar más tiempo conectados, pues no manifestaron conectarse con las redes gratuitas.

***"hay muchos porque los busca uno en Internet, lo que pasa es que no los vemos, por ejemplo, mi hija busca qué significa una palabra"
(Mujer, 56 años, hogar indígena con niñas y niños).***

***"para traer Face y estar comunicada con mi familia"
(Mujer, 56 años, hogar indígena sin niñas, niños y adolescentes).***

***(Adolescente haciendo mención a su consumo de contenidos noticiosos): "Si en la radio y a veces en publicaciones del Face"
(Adolescente, 14 años, hogar indígena con adolescentes).***

Como se ya mencionó, la tercera actividad en la que más dedican tiempo de navegación por internet es en redes sociales, navegando un promedio de 5 horas al día.

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 Etchojoa adecúan los contenidos a sus realidades comunitarias, modifican su comportamiento, crean contenidos y valoran sus derechos como audiencias.



Gráfico 10. Calle

de Etchojoa.

La apropiación de contenidos se refiere a la posibilidad de interpretar bajo un sentido propio, aquellos símbolos que correspondan a un autoaprendizaje en torno a algo, que les permitan a los individuos desarrollar un sentido de ellos mismos y los otros, su historia y lugar en el mundo, así como de los grupos sociales a los que pertenecen (Thompson, 1998: 22). En este proceso de apropiación, los medios de comunicación se han convertido en una ventana importante que permite a los usuarios atravesar los límites de sus territorios geográficos y trasladarse a otras realidades, sin embargo, este sentido de apropiación no depende solo del individuo o del medio, sino también de otros factores que tienen incidencia y relevancia como el rezago social por género, la edad, los roles del individuo en las familias y la escolaridad, entre otros. Todos estos factores ayudan o impiden al individuo descodificar un mensaje o bien codificarlo, interpretarlo y usarlo para mejorar su vida (Hall, 1973).

En el caso de la población de Etchojoa, la vulnerabilidad que implica el nivel socioeconómico (no utilizado como criterio de selección de las

familias, por considerarse que existe una cierta generalidad de marginalidad de acuerdo con los datos estadísticos del CONAPO e INEGI , sin embargo, la escolaridad sí ha sido un elemento que resalta al momento de profundizar sobre las formas de apropiación de contenidos que han desarrollado los usuarios de los medios de comunicación más populares por la población de este municipio.



Gráfico 11. Entrevista en hogar indígena.

Fue percibido que el tipo de medios tradicionales usados por la mayoría de la población, no permiten una apropiación de contenidos capaces de transformar la información en una actividad cotidiana práctica, principalmente por la unilateralidad del medio en sí mismo, lo cual no permite tampoco la decodificación de la información, ni llevar a cabo un ejercicio crítico de significación.

El panorama acerca de la adecuación de contenidos audiovisuales a los contextos comunitarios no es alentador. Por un lado, las personas no están buscando adecuar los contenidos a su realidad, porque precisamente lo que buscan como usuarios de estos dispositivos es alejarse de su realidad, no profundizar en ella.

"Pues yo a veces le digo que las novelas, que las vean porque se nos quita como el estrés, porque te metes en otra vida, agarras experiencia de lo que pasa, por ejemplo, si la protagonista hace algo pues no debemos hacerlo nosotros, por ejemplo, también vemos La Rosa de Guadalupe y eso pues me gusta a mí también porque aprende uno algo." (Mujer, 56 años, hogar indígena sin niñas, niños y adolescentes).

Hay una consideración hacia aquellos programas, principalmente televisivos, que les permiten identificar cómo podría mejorarse su vida diaria a través de un marco ético que ofrecen, es el caso del programa La Rosa de Guadalupe, el cual es visto por casi todas las madres de familia de todos los tipos de hogares entrevistados.

***“El de la Rosa de Guadalupe, ese nos enseña, tiene mucho que uno para no ser racista”
(Mujer, 32 años, hogar indígena con niñas y niños).***

“¡Ah! pues sí por ejemplo esos programas de la Rosa de Guadalupe, vemos sobre casos de violencia contra las mujeres y decimos no jamás vamos a dejar que nos pase” (Mujer, 56 años, hogar indígena sin niñas, niños y adolescentes).

También están los casos en que no hay ningún sentido de adecuación de contenidos, porque no hay interés en el programa en sí, más allá del mero entretenimiento y la diversión, como es el caso de programas cómicos en televisión como los de la empresa Televisa. Asimismo, la poca diversidad que hay en la programación de la televisión abierta no permite a los usuarios del medio, generar un panorama más amplio para integrarse o integrar los programas a su vida.

Sin embargo, más allá de la apropiación explícita o consciente de los contenidos, hay un mensaje mediático en especial que fue identificado en todos los hogares entrevistados, siendo este el consumo y el aporte de contenidos televisivos en temas de violencia; debido a que los programas que los transmiten generan entre las familias de la localidad, conciencia y un pensamiento crítico al rechazo de la violencia de género, familiar, entre otras.

Otra situación que fue observada y comentada por los participantes fue que esta es una de las razones por las cuales hay tantas mujeres jefas de familia o bien solas, pues han aprendido en los últimos años a defenderse, incluso destacaron el papel de programas como La Rosa de Guadalupe como un programa que enseña este tipo de condiciones ante las cuales las mujeres deben aprender a cuidarse.

***"El que ve mi mami, La Rosa de Guadalupe, Lo que
callamos las mujeres"***

(Niña, 10 años, hogar indígena con niñas y niños).

***"También ese de la Rosa, habla de todo en general,
pasan para cosas buenas y malas, para abrir la mente,
recapacitar, cambiar de ideas"***

(Mujer, 27 años, hogar indígena con niñas y niños).

***"Sí, porque al final sucede un milagro, se aparece una
flor y le piden a la virgencita"***

(Mujer, 27 años, hogar indígena con niñas y niños).

Cambios de comportamiento

La exposición a los dispositivos digitales que se usan frecuentemente en Etchojoa no representa realmente un impacto en la vida cotidiana o comportamiento de los entrevistados, sin embargo, esto varía en función del tipo de hogar. Por un lado, los medios con mayor exposición siguen siendo para las redes sociales el uso de Facebook y para videos YouTube, pero en el caso de los hogares indígenas con hijos menores de 12 años, aparecen aplicaciones como Tik-Tok, cuyos usuarios están más representados por este rango de edad. Esta aplicación tiene la característica de promover la continuidad o imitación de los videos que se comparten, de manera que se genere una misma identidad o representación en los usuarios. Esto es atractivo para los menores, quienes en ocasiones logran que sus padres los apoyen grabando los videos, compartiéndoles su cuenta o bien, dejándolos observar los videos que otros generan. Esto no se observó en el grupo de edad con hijos adolescentes ni tampoco en el grupo sin hijos.

Otro de los factores identificados como modificadores del comportamiento de los usuarios en Etchojoa fue una motivación para ser parte de las historias que se van contando tanto en los programas, los medios o en las plataformas, tal es el caso del programa televisivo La Rosa de Guadalupe, las series de televisión en Netflix o YouTube, los videos de perfiles de Facebook o las noticias en diversos dispositivos. Hay quienes organizan su día para poder incorporarse a ver un programa.

(Actividad que realizan en espera de la programación)

"Sí jugar a la lotería, para ver la novela que dan a las once" (Mujer, 66 años, hogar indígena sin niñas, niños y adolescentes).

"Pues, temprano la sacábamos, hacíamos antes la cena para que no nos interrumpieran la novela" (Mujer, 64 años, hogar indígena con niñas y niños).

Dejan de hacer tarea o actividades del hogar para no perderse el siguiente capítulo...

"Yo hacía bien temprano la cena para empezar a ver la novela. Mi esposo me decía, luego no vas a querer hacer nada, así se envicia la gente" (Mujer, 64 años, hogar indígena con niñas y niños).

"Nomás para ver la novela, ya a las 9:30 estamos listas para verla" (Mujer, 41 años, hogar indígena con niñas y niños).

"Pues a veces llego temprano para ver la tele" (Adolescente, 17 años, hogar indígena con adolescentes).

O bien, quienes no duermen por seguir participando de la programación.

"Yo todo el tiempo, a veces no duermo, está mal que lo diga, pero no puedo digo me voy a dormir temprano, nomás acabo ese pedacito y nada" (Mujer, 31 años, hogar indígena con adolescentes).

También se advirtió que a las personas entrevistadas les resulta sencillo acceder a los programas que ya tienen identificados en horarios y canales, porque precisamente esa falta de diversidad les ayuda a hacerlo. No hay mayor complicación para buscar programas, porque no hay más programas.

Entrevistador: "¿Qué tan fácil es ver las novelas que te gustan?"

**Participante: "Prendemos la tele y ya"
(Mujer, 41 años, hogar indígena con niñas y niños).**

Solo una persona manifestó tener desconfianza en las redes sociales, planteando que es necesario un uso más consciente de las mismas.

**"Es que si tienes teléfono a veces no lo sabes usar de
manera que, no lo usas para lo que debes, de
importancia para llamar, le das mal uso a veces pues,
uno mismo se daña"
(Hombre, 25 años, hogar indígena sin niñas, niños y
adolescentes).**

Creación de contenidos

La poca participación de las audiencias en la creación de contenidos percibida durante el trabajo de campo y con las evidencias de las entrevistas a profundidad y estructuradas fue evidente. Por un lado, para desarrollarse como un creador de contenidos en las diversas aplicaciones que así lo permiten, tales como Facebook, YouTube, Tik-Tok, Instagram, Twitter, entre otras similares, debe existir una serie de pasos previos en los que el usuario se va alfabetizando en torno a las características del medio, las herramientas tecnológicas que se requieren para desarrollar contenidos digitales (con el uso de plataformas de diseño gráfico o de edición como Canva, o Microsoft), o los gustos de otros usuarios en torno al contenido más popular, entre otras condiciones esenciales; y, tomando en cuenta que la alfabetización mediática es la habilidad de los sujetos para entender las funciones de los medios, evaluar cómo se desempeñan aquellas funciones y comprometerse racionalmente con los medios para la autoexpresión (Wilson *et. al.*, 2011: 18), en Etchojoa, Sonora, esto no se ha logrado.

Otra limitante es nuevamente una limitada capacidad adquisitiva para, por un lado, adquirir un teléfono inteligente con lo cual pueda desarrollarse contenido digital; por otro, dotarle de saldo o crédito suficiente para dedicar el tiempo suficiente para ser considerado como un creador de contenido.

Derechos de las audiencias

La noción de que, como audiencias tengan un derecho, no fue comprendida por los entrevistados. No sabían a qué se refería la idea de *tener derechos* como usuarios de un medio que manifiesta ofrecer libertad de uso o expresión. Para ellos, la idea de otorgar derechos es una responsabilidad fundamental del Estado, no de las empresas privadas, por lo que no se sintieron aludidos con esta pregunta o bien, no la reflexionaban seriamente, sino que solo respondían que sí se sentían respetados en sus derechos de audiencia, pero no sabían por qué.



Gráfico 12. Hogar indígena.

Por otro lado, sí se percibe contenido de interés en los medios de comunicación, se repitió en varias ocasiones la importancia de que los programas ayudaran a las personas a defenderse, principalmente las mujeres, ante situaciones de violencia o de prepotencia.

"Sí te ayudan a cambiar de repente, a pensar diferente, sí te ayuda"

(Hombre, 25 años, hogar indígena sin niñas, niños y adolescentes).

"Que a la mujer no se le debe maltratar, mi esposo no me trata mal, pero aquí sí hay muchos hombres que maltratan, él no, me trata bien, aunque hay mujeres que aguantan todo"

(Mujer, 64 años, hogar indígena con niñas y niños).

REPRESENTACIONES MEDIÁTICAS

Como parte crucial del trabajo de campo, se presentan los resultados sobre la percepción que las audiencias de Etchojoa 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.



Gráfico 13. Hogar indígena con adolescentes.

Representaciones y estereotipos

Hay una peculiaridad con relación a la forma en que las audiencias de Etchojoa identifican estereotipos y estigmas hacia las comunidades indígenas, aunque los yoremes tienen el sentido de pertenencia y se reconocen como parte de un pueblo indígena. Ellos no se identifican con los contenidos y mensajes que son dirigidos a este segmento de la población, debido a que no se sienten reconocidos y mucho menos identificados con estos, respectivamente. Lo anterior porque no identifican un tratamiento identitario con relación a la forma en que los grupos indígenas son vistos por los medios de comunicación comerciales.

"Sí, pues hablan mejor de los pueblos indígenas que de aquí"

(Mujer, 66 años, hogar indígena sin niñas, niños y adolescentes).

Desde un primer acercamiento, lo primero que es ajeno a ellos es la lengua (solo una persona sigue hablando lengua yoreme-mayo), rasgo esencial para sentir identidad. Pocas personas se encontraron como hablantes en la cabecera municipal. La población se queja de que en las escuelas no se enseñe más la lengua, sin embargo, en la radio se tienen acuerdos con las escuelas primarias para seguir enseñándola y hacer partícipes a las comunidades y familias de ello.

"Pues no verdad, porque hablan la lengua esa y no entendemos"
(Mujer, 45 años, hogar indígena con adolescentes).

Profundizando un poco más en los objetivos e importancia de la radio indígena, es indispensable que haya ejercicios de evaluación tanto de la recepción de sus contenidos, como del impacto que tiene la propagación y conservación de la cultura indígena de la región a través de los medios de comunicación.

Se percibe que la población no ha identificado que exista en los medios de comunicación una representación de las comunidades indígenas de manera peyorativa o discriminatoria, pero sí lo han observado en las personas, las cuales todavía se dirigen a ellos de forma segregacionista.

Además, a pesar de que poco a poco los estereotipos de las poblaciones indígenas han sido superados en los ámbitos urbanos, es común observar que, cuando estos acuden a las ciudades, se les discrimina y señala con motivo de su indumentaria o lengua, por lo que sienten que finalmente no se ha logrado resignificar el valor de los pueblos indígenas en estas regiones del país.

"No los tratan mal, pero hablan mal de ellos"
(Adolescente, 14 años, hogar indígena con adolescentes).

"Programas no, porque ahorita los indígenas ya tienen sus derechos, pero gente sí he visto que se burla, pero ya cómo que estamos aquí iguales en México, todo"

quieren hacer ahora, quieren hablar la lengua. Mi madre era pura de que hablaba la lengua, pero no nos enseñó y no aprendimos, pensaba que nosotros hablaríamos bien el español"

(Mujer, 56 años, hogar indígena sin niñas, niños y adolescentes).

"Sí, de hecho, hace tiempo vimos en el Face que decía que Etchojoa es un pueblo muy pobre y aquí hay fiestas del espíritu santo que son más de los indígenas, o sea de todos, y decían ¡ay! no que muy pobres y hacen sus fiestas, y yo decía que esa es una tradición que a los indígenas no les van a quitar"

(Mujer, 31 años, hogar indígena con adolescentes).

Buenas prácticas

El único medio donde la población logró identificar explícitamente buenas prácticas en torno a las comunidades indígenas fue en la radio comunitaria indígena, pero sienten que, como esa es su misión, el resultado no es tan relevante como si estas dinámicas fueran motivadas por los medios comerciales, en los cuales no fue relevante la respuesta acerca de la difusión de los derechos de los pueblos indígenas.

Se destacan contenidos que promueven la memoria colectiva, las tradiciones orales, las festividades regionales, los cantos y la música e incluso la cultura contemporánea, manifiesta a través de las nuevas generaciones de músicos creadores.

"Sí, cuando estaba en el kínder nos enseñaban los colores en lengua, pero ya no"

(Adolescente, 14 años, hogar indígena con adolescentes).

Propuestas desde la audiencia

Para los participantes, una recomendación generalizada para promover la reducción de la brecha de desigualdad es fomentar que ambos pueblos, los hablantes de la lengua yoreme-mayo y los hablantes del español, se identifiquen como un mismo pueblo, lo cual puede ser promovido si la radio comunitaria transmitiera más de sus contenidos en

ambas lenguas, porque así no solo se fomenta la escucha, sino también se transmite la enseñanza de la lengua originaria.

Sin embargo, la reducción de la desigualdad en la región es multifactorial. Obedece a bajos niveles de escolaridad, bajos salarios y altos precios en productos de primera necesidad, altos precios o ausencia de servicios públicos, alta migración de la población juvenil y hombres de edad adulta, niveles tempranos de edad para contraer matrimonio y ser padres en los jóvenes que no migran, pocas expectativas de vida en la población, pérdida de identidad cultural, entre otros factores.

De todos estos, aquellos que pueden preverse o reducirse vinculados con los medios de comunicación son los relacionados con el fomento a las actividades escolares, difundir una programación más diversa, con contenidos audiovisuales que promuevan el pensamiento crítico y la reflexión sobre sus expectativas de vida a través de los estudios; la promoción de métodos anticonceptivos, la prevención de la violencia intrafamiliar, el respeto a todas las formas de vida, la equidad de género, la situación que se viven en la población migrante, entre muchos otros temas que se destacaron como de importancia para los entrevistados.

También se propone nuevamente recibir el apoyo del gobierno para promover la conversión digital de las señales recibidas, ya que una parte de la población continúa utilizando tecnologías analógicas colocándose en una posición de desventaja.

"Les dieron ese apoyo cuando hubo la conversión a lo digital, por eso [refiriéndose a la televisión digital que el gobierno les regaló durante la conversión]."
(Mujer, 41 años, hogar indígena con niñas y niños).

Se requiere también la promoción o diseño de contenidos que transmitan la realidad indígena, con lo cual la audiencia pueda conocer la realidad de estos pueblos.

"Nos gustaría que vieran como es la vida, para que lleguen apoyos, como batallas"
(Mujer, 27 años, hogar indígena con niñas y niños)

Finalmente, también proponen recuperar los programas de apoyo que se tenían para los que hablan la lengua indígena, porque eso promueve que las personas la enseñen o deseen aprenderla y fomentarla.

***"Yo cuando iba en la primaria me dieron una beca cuando llegamos de Sinaloa, me dieron una beca porque sabía hablar el dialecto y yo encantada, me daban seiscientos pesos cada tres meses"
(Mujer, 27 años, hogar indígena con niñas y niños).***

Percepción de brechas y desigualdades

A pesar de que en la actualidad el respeto por los derechos de los pueblos indígenas es cada vez más reforzado desde las vías institucionales, se sigue observando una brecha de desigualdad entre las poblaciones urbanas y rurales de aquellas regiones donde cohabitan pueblos indígenas. Los recursos de las radiodifusoras indígenas siguen siendo muy pocos comparados con los medios comerciales, siendo este el principal reto que enfrentan los medios de comunicación comunitarios. Poco personal para trabajar, traducir, investigar, programar, editar, transmitir, etc. Así como falta de actualización en equipo técnico y mantenimiento en infraestructura.



Gráfico 14. Hogar indígena.

A pesar de que los medios comerciales están cada vez más apegados a reducir condiciones de discriminación y reproducción de estereotipos discriminatorios, es indispensable negociar para que, incluso medios comerciales, mantengan un mínimo de programación que difunda la

cultura y la identidad regional indígena, con ello sería posible aportar a la reducción de esta brecha impulsada por la cada vez mayor distancia entre la identidad urbana y la rural indígena.

***"Sí que por ejemplo los indígenas, las tradiciones se difunden"
(Mujer, 56 años, hogar indígena sin niñas, niños y adolescentes).***

Finalmente, dadas las condiciones generadas por la pandemia en el sector educativo, lo cual detonó una mayor apertura y acercamiento a los medios de comunicación digitales como herramientas, es necesario que también se promuevan medios de alfabetización tecnológica, para que las brechas generadas por estas causas, también se reduzcan, impulsando un mayor sentido a la diversidad en la programación, contenidos y apropiación mediática para su beneficio.

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 Etchojoa en Sonora, se obtuvo información valiosa de los tópicos antes mencionados que permitió al equipo de investigación realizar reflexiones en torno a cómo las audiencias de Etchojoa se relacionan con los medios de comunicación y sus contenidos.

En primera instancia, con respecto a la **DISPONIBILIDAD DE MEDIOS Y SEÑALES DE CONSUMO** se identificó que, que la infraestructura tecnológica disponible en Etchojoa permite la recepción de señales de televisión abierta, de paga, internet satelital, internet inalámbrico, telefonía celular y radio.

A pesar de lo anterior, se reportan barreras que inciden en el consumo de medios y señales disponibles como la situación socioeconómica de los hogares participantes, que limita la contratación de servicios y la adquisición de dispositivos para el consumo de contenidos.

En cuanto a **HÁBITOS DE CONSUMO**, se encontró que los contenidos más vistos pertenecen a los géneros de telenovelas, dramatizados unitarios y reality shows. Especialmente a través de señales de televisión abierta, debido a los costos que representa la contratación de televisión de paga.

Siendo las principales funciones atribuidas a la televisión las de entrenamiento, acceso a la información y la obtención de aprendizaje en relación a problemáticas de la vida cotidiana.

Destaca el papel de los contenidos radiofónicos de manera indirecta debido a que en los hogares participantes solo dos cuentan con radiograbadoras, que, además de ser considerados para el entretenimiento, son relevantes para el acercamiento de la comunidad a través de avisos, saludos, transmisión de prácticas culturales propias de la región, alfabetización del mayo para niñas y niños y consumo de

contenidos musicales. Todo lo anterior, respetando los códigos y esquemas de los yoremes.

El consumo de contenidos a través de internet se vio limitado debido a la falta de dispositivos que facilitaran su conectividad. A pesar de lo anterior se detectaron accesos públicos a internet localizados en las escuelas e instituciones gubernamentales. Siendo las principales funciones atribuidas al internet la comunicación, el entretenimiento, el acceso a la información y la creación de contenidos a través de plataformas como YouTube.

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 resolución de problemáticas cotidianas, brindando a las mujeres herramientas para detectar y prevenir situaciones de violencia de género, promoviendo su empoderamiento.

De forma específica, destacó el papel de la radio al emitir contenidos en lengua mayo, promover la cultura de Etchojoa, difundir convenios para la enseñanza de la lengua, crear contenidos en equidad de género, informar a grupos vulnerables sobre temas de salud y crear contenidos para audiencias infantiles. Asimismo, destacó la difusión de protocolos de salud, como los que surgieron a raíz de la pandemia por COVID-19.

Con respecto a las **REPRESENTACIONES MEDIÁTICAS**, las audiencias reportaron contenidos en redes sociales y televisión en los cuales no se sienten discriminados; sin embargo, destacan que tampoco se sienten representados como pueblo indígena.

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, la memoria colectiva y conocer las necesidades de la comunidad.

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

- Acosta, G. (2001). *Mayos de Sonora*. Ciudad de México: Proyecto Perfiles Indígenas de México.
- Consejo Nacional de Población (CONAPO). (s/f). *Índices de marginación 2020 por entidad federativa, municipio, localidad y urbana, con base en el Censo de Población y Vivienda 2020*, <https://www.gob.mx/conapo/documentos/indices-de-marginacion-2020-284372>
- Gobierno de México, Instituto Nacional de los Pueblos Indígenas (INPI). (2017). Series de Perfiles Etnográficos, <https://www.gob.mx/inpi/articulos/etnografia-de-los-mayos-de-sonora>
- Hall, S. (1973). *Training in the critical reading of televisual language*. Council & Centre for Mass Communication Research, University of Leicester. Traducción de Ana I. Segovia y José Luís Dader para Cuadernos de Información y Comunicación (2004). 9, 210-236.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). (1990). Base de datos de lenguas indígenas, <https://www.inegi.org.mx/temas/lengua/>
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). (2005). Censo de Población y Vivienda 2020. Microdatos - Principales resultados por localidad, <https://www.inegi.org.mx/programas/ccpv/2020/default.html#Microdatos>
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). (2010). Censo de Población y Vivienda 2020. Microdatos - Principales resultados por localidad, <https://www.inegi.org.mx/programas/ccpv/2020/default.html#Microdatos>
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). (2020). Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de Información en los Hogares (ENDUTIH), <https://www.inegi.org.mx/programas/dutih/2020/>
- Instituto Nacional de los Pueblos Indígenas (INPI). (2021a). Atlas de los pueblos indígenas de México, <http://atlas.inpi.gob.mx/>
- Instituto Nacional de los Pueblos Indígenas (INPI). (2021b). Ecos Indígenas, <http://ecos.inpi.gob.mx/>

- Instituto Nacional para el Federalismo y el Desarrollo Municipal (INAFED). (2004). Sistema Nacional de Información Municipal (SNIM), <http://www.snim.rami.gob.mx/>
- Instituto Nacional para el Federalismo y el Desarrollo Municipal (INAFED). (2021). Sistema Nacional de Información Municipal (SNIM), <http://www.snim.rami.gob.mx/>
- Instituto Nacional para el Federalismo y el Desarrollo Municipal (INAFED). (2004). Enciclopedia de Los Municipios y Delegaciones de México del Estado de Sonora, <http://www.inafed.gob.mx/work/enciclopedia/EMM26sonora/index.html>
- Instituto Nacional para el Federalismo y el Desarrollo Municipal (INAFED). (2021). Etchojoa. Enciclopedia de los Municipios y Delegaciones de México. <http://www.inafed.gob.mx/work/enciclopedia/EMM26sonora/municipios/26026a.html>
- Thompson, J.B. (1998). *Los media y la modernidad: una teoría de los medios de comunicación*. Buenos Aires: Paidós.
- Wilson, C., Grizzle, A., Tuazon, R., Akyempong, K., & Cheung, C. (2011). *Alfabetización mediática e informacional. Currículum para profesores*. Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura-UNESCO. Disponible en: <http://repositorio.minedu.gob.pe/bitstream/handle/20.500.12799/4586/Alfabetizaci%C3%B3n%20medi%C3%A1tica%20e%20informacional%20curr%C3%ADculum%20para%20profesores.pdf?sequence=1&isAllowed=y>