



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

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

Maya en
Tahdziú, Yucatán

INTRODUCCIÓN	3
INFORMACIÓN SOCIOCULTURAL DE TAHDZIÚ	6
Ubicación	6
Historia.....	6
Características de la población.....	7
Identidad.....	8
Lengua	9
Religión.....	9
Educación	9
Formas de gobierno y organización política.....	11
Expresiones culturales y fiestas tradicionales	12
DISPONIBILIDAD DE MEDIOS Y SEÑALES PARA CONSUMO.....	14
Condiciones y problemas de la infraestructura de telecomunicaciones.....	17
Conectividad y penetración de internet.....	19
Televisores y recepción de canales	20
Aparatos radiofónicos y frecuencias	22
Dispositivos digitales y conexión a internet para consumo audiovisual.....	23
HÁBITOS DE CONSUMO.....	25
Televisión.....	26
Radio	30
Internet	31
APROPIACIÓN DE CONTENIDOS	35
Cambios de comportamiento	38
Creación de contenidos	40
Derechos de las audiencias	42
REPRESENTACIONES MEDIÁTICAS	45
Representaciones y estereotipos.....	45
Buenas prácticas.....	47
Propuestas desde la audiencia.....	48
Percepción de brechas y desigualdades.....	48
COMENTARIOS FINALES.....	51
REFERENCIAS	54

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 Tahdziú, en estado de Yucatán, en los que habitan niñas, niños, adolescentes y adultos.

Lo anterior, a través de la aplicación presencial de técnicas de investigación cuantitativas y cualitativas como entrevistas estructuradas, 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 Tahdziú 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 Tahdziú 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 Tahdziú, 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 TAHDZIÚ

Ubicación

El municipio de Tahdziú está localizado en la región sur del estado de Yucatán. Queda comprendido entre los paralelos 20°12` y 20°12` de latitud norte y los meridianos 88°59` de longitud oeste; posee una altura promedio de 32 metros, ocupa una superficie de 53.65 km², limita al norte con el municipio de Yaxcabá, al sur y al este con el municipio de Peto, y al oeste con la ranchería de Nenelá perteneciente al municipio de Cantamayec y con municipio de Chacsinkín.

Es importante señalar que, dada su ubicación geográfica, en casi todo el municipio se puede observar que el tipo de suelo dominante es el Tzek´el (terreno pedregoso) con algunas pequeñas elevaciones de piedra o “laja” ya que el K´an Kab o tierra roja sin piedras (Bartolomé, 1992) no llega abarcar más que algunos escasos 24 metros aproximadamente. Esto ha hecho que los habitantes de esta comunidad construyan sus casas arriba de estas pequeñas elevaciones de piedra. Su clima se cataloga como cálido-subhúmedo con lluvias durante el verano, por lo que le permite a la población cosechar en este periodo del año las siembras que realizaron en los pequeños pedazos de tierra que tienen sin piedra.

Historia

Al igual que en muchos municipios de Yucatán, se carece de una fecha sobre la fundación del asentamiento humano, pero, dada la condición geográfica del mismo, autores como Chimay (1988) mencionan que antes de la invasión europea la zona estaría poblada bajo el cacicazgo de Maní, el cual era uno de los 16 kuchkabales (señoríos o provincias) en las cuales estaba dividido el territorio de la etnia maya.

A lo largo del proceso de imposición del imperio español y de la religión católica, el poblado se convirtió en una encomienda, la cual permaneció a las órdenes del encomendero Juan Magana Arroyo, que estaba al

servicio de Guillén de las Casas, Gobernador de la Provincia de Yucatán en el año de 1580, tiempo en el cual formó parte del partido de Peto. Durante esta etapa, Tahdziú quedó bajo el resguardo religioso del Obispado de Yucatán, Cozumel y Tabasco.

En el año de 1598, se mandó a construir la iglesia y la casa cural como anexo (Bartolomé, 1992), que hasta hoy en día siguen existiendo como vestigios arquitectónicos. En Tahdziú, la junta municipal se erigió el día 12 de julio de 1915, según consta en el acta de sesión de cabildo, asentado en el libro número 7 con fecha del 1 de julio del mismo año. Desde entonces han pasado 39 presidentes municipales.

En abril de 1925, el gobierno del estado de Yucatán a cargo de José N. Iturralde T., le otorga al ejido de Tahdziú una dotación provisional de tierras, las cuales eran de alrededor de 6, 600 hectáreas, es decir 165, 000 mcatos y fueron tomados de los terrenos nacionales. Esta dotación se hace bajo el auspicio de la ley del 6 de enero de 1915, como se hace constar en el acta del 30 de abril de 1925.

Hacia finales de los años 70's del siglo anterior, llegó la electricidad a la población y con ello el alumbrado público y después el agua potable, esto logró que la cabecera municipal creciera ya que muchas familias que vivían en las rancherías comenzaron a vivir en este lugar por los servicios públicos. Fue en la década de los 90's de ese mismo siglo, que se presentaron las primeras líneas telefónicas en algunas casas. En las siguientes décadas llegaron la televisión por cable de la compañía Cablevisión y la señal de telefonía celular de la compañía Telcel.

Características de la población.

En total, dentro del área del municipio viven 5,854 personas, de las cuales 2,845 son mujeres y 3,009 son hombres (INEGI, 2020). En la cabecera municipal se concentra la mayor parte de la población con 4,963 habitantes, mientras que en las rancherías habita un porcentaje de población dispersa; esto, además, afecta la distribución de servicios públicos ya que todo está concentrado en la cabecera (luz eléctrica, agua potable, servicios de salud, escuelas). Sumado a los servicios disponibles, la distribución de la población en la cabecera municipal ha mantenido vínculos familiares por lo que aún se puede hablar de rumbos habitados por familiares cercanos:

El municipio de Tahdziú, se puede dividir en cuatro rumbos, el centro, la placita donde se encuentra la capilla de san Bernardino de Siena, el rumbo de la carretera que va hacia el albergue, Santa Margarita y Santa Rosa, estos dos últimos son los más alejados del centro y en el caso de Santa Margarita, al momento de hacer la investigación en el año 2002, no tenía calles pavimentadas, red de agua potable y electricidad (Montiel, 2013: 68).

La población de Tahdziú ha sido considerada como una población en situación de pobreza extrema desde el año 2000 (Montiel, 2013) y ha seguido en el mismo estatus en las dos décadas anteriores, por ejemplo, en 2015 el 48 % de la población se encontraba en pobreza extrema y un 5.67 % era vulnerable por carencias sociales, en el 2020 el 20 % no tenía baño y el 2.58 % de todos los habitantes no tenía suministro de energía eléctrica.

Otra característica que presenta la población de esta comunidad es que el crecimiento en el número de habitantes se dio particularmente en el segmento infantil comprendido entre los 0 a los 14 años edad, ya que representó el 39.1 % del total de la población censada para el 2020. Esta situación hizo que Tahdziú fuese considerado en ese mismo año y por segunda ocasión como uno de los municipios con la población más joven del estado de Yucatán ya que el promedio de edad entre los habitantes fue de 20 años.

El total de la población municipal para el año 2020 se encontraba representada en 1,277 hogares, de los cuales 1,093, correspondían a la cabecera municipal, cuyas familias poseían para ese año 1,372 viviendas, de las cuales habitaban 1,094, ubicadas en la zona urbana. De estas 1,094 viviendas habitadas, solamente 19 se encontraban sin servicio de electricidad; 601 contaban por lo menos con un aparato receptor de radio, 754 con televisión, 34 con computadora o tablet, 15 familias con línea fija de teléfono, 738 con teléfono celular, 223 con internet, 525 con televisión de paga, 2 familias con algún servicio de pago por contenido por internet de música y películas, así como de consola de videojuegos.

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 Tahdziú como “Mayas”,

término que se ha diseminado en poblaciones no indígenas del país formando parte del conocimiento popular.

Nombre con el que este grupo etnolingüístico se identifica y proviene de su misma lengua Maya (INPI, 2020).

Lengua

En Tahdziú, la lengua que se habla de forma mayoritaria es el maya yucateco, el cual es compartido por los habitantes de los estados de Campeche y Quintana Roo y forma parte de las lenguas mayenses que aún se hablan en sureste de México y en países de Centroamérica. En esta comunidad es posible observar la comunicación en este idioma al interior de las familias o bien con los vecinos o personas que son del mismo municipio, mientras que la utilización del español se realiza cuando se habla con personas foráneas de la comunidad, ya sean maestros, trabajadores del gobierno o visitantes.

En el Censo de Población y Vivienda del 2020 (INEGI, 2020) se registró que el total de la población que hablaba o entendía maya era de 4,359 habitantes, de los cuales 2,110 fueron mujeres y 2,249 fueron hombres. Cabe señalar que la población que se consideró bilingüe, mayor de 3 años, fue de 3,377 personas, las cuales se dividieron en 1,500 mujeres y en 1,877 hombres. Mientras que la población monolingüe, es decir, que solamente hablaban maya, fue de 897 personas, las cuales fueron 543 mujeres y 354 hombres.

Religión

La población de Tahdziú es, mayoritariamente, católica (INEGI, 2020). Según el último censo del INEGI hay 4,379 católicos viviendo en la cabecera municipal. Sin embargo, es necesario señalar que en el municipio existen varias iglesias cristianas, las cuales en los recientes años se han mantenido activas entre sus feligreses por medio de la utilización de reuniones virtuales, así como por publicaciones en medios digitales tales como el Facebook o YouTube.

Actualmente existen 3 iglesias protestantes, Evenecer, Monte de los Olivos y la iglesia de los Testigos de Jehová. Estas iglesias en su conjunto mantienen a cerca de 200 feligreses activos.

Educación

En materia de educación, el municipio cuenta con las siguientes escuelas:

Escuela Inicial para niños de 6 meses a 3 años, la cual estuvo inactiva en el 2020 por la pandemia del SARS-Cov-2, pero actualmente ha regresado de forma intermitente a la comunidad. Esta escuela se aloja en la comisaría ejidal desde sus inicios en el año 2010 y a decir de las informantes entrevistadas, durante el 2020 y en 2021, han logrado “suplir” a la inicial, como ellas la señalan, por contenidos educativos que pueden descargar en sus teléfonos celulares o bien con los programas que se transmiten en la televisión por cable.

Existe un preescolar comunitario “Valentín Gómez Farías” que no cuenta el primer año, es decir, los niños entran a la edad de 4 años y pasan directo al segundo grado. Esta escuela es la más antigua de la población ya que fue fundada en 1979, año en que también llegó la electricidad.

Dos escuelas primarias, “Artículo 27” y “Juana de Asbaje”, ambas primarias indígenas con horario matutino y que al momento del estudio mantenían clases presenciales dos veces a la semana.

Una escuela secundaria técnica “Raquel Dzip Cicero” de turno matutino, ubicada en un perímetro de la cabecera municipal, en el mes de septiembre reinició clases presenciales dos veces a la semana.

Un Telebachillerato Comunitario, el cual opera por las tardes en las instalaciones de la escuela primaria “Artículo 27” ya que no cuenta con edificio propio.

Un Albergue Indígena Escolar “Alfonso Caso”, el cual funciona desde la década de los años 70’s, el cual recibe a niños y jóvenes de rancherías lejanas y algunos municipios que estudian en Tahdziú y en Peto.

En el caso de la educación superior, los jóvenes deben trasladarse al municipio colindante de Peto, donde se encuentra la Universidad Tecnológica del Mayab, o bien, dirigirse a la Universidad Intercultural Maya ubicada en el municipio de José María Morelos del estado de Quintana Roo, a 60.5 km.

En este municipio, con la infraestructura anteriormente detallada, el grado promedio de escolaridad reflejado en el Censo de Población y Vivienda del INEGI 2020, fue de 6.56 años tanto para hombres como para mujeres. De forma específica, para el sexo masculino fue de 6.89, cifra que es mayor a la reportada para la población de sexo femenino que fue de 6.22. Estos promedios de escolaridad se pueden explicar por el proceso de deserción escolar que se desarrolla en el municipio, vinculados a los usos

y costumbres referentes al matrimonio y a la economía, ya que al término de la primaria y al inicio de la educación secundaria se dan las “huidas con el novio”, los embarazos no deseados y la falta de ingresos económicos para sostener a los hijos en grados superiores, razones por lo que muchos jóvenes no terminan la secundaria.

Formas de gobierno y organización política.

El ayuntamiento de Tahdziú está conformado por una presidenta municipal, la segunda en su historia, un síndico municipal, 4 regidores, 2 de mayoría relativa y 2 de representación proporcional con igual número de suplentes, directores de áreas, como cultura, desarrollo social, obras públicas, educación, cementerio, policía municipal y aseo y limpieza.

En el nivel operativo se encuentran, la asistente de la presidenta municipal, quien recibe todas las solicitudes y peticiones, los policías municipales y los trabajadores de limpieza y recoja de basura que se dividen en cuadrillas de limpieza que trabajan dos veces por quincena.

Para poder acceder a los cargos de elección popular dentro del H. ayuntamiento, los ciudadanos de este municipio se organizan por medio de los partidos políticos formales que hay en la comunidad, como el PRI, el PAN, el PRD o MORENA. Al interior de estos grupos políticos es posible distinguir la participación de familias extensas, con vínculos religiosos y rumbos territoriales (Montiel, 2013).

Otra forma de gobierno que se encuentra en la cabecera municipal es el comisariado ejidal, el cual tiene un presidente o comisario, un secretario, un tesorero y dos vocales, los cuales representan a los más de 635 ejidatarios reconocidos ante la asamblea ejidal (Montiel, 2013). Cabe mencionar que este número difiere de los datos que están en el Padrón e Historial de Núcleos Agrarios (PHINA) del Registro Agrario Nacional (RAN) donde se encuentran registrados solamente 421 ejidatarios inscritos desde los procesos de creación (1937) y ampliación (1953) del ejido. La importancia del comisariado, como una forma de gobierno reside en los apoyos que logran obtener para los campesinos, así como un equilibrio al poder que emana del ayuntamiento en materia de disposición de terrenos, ya que el fondo legal se ha acabado y el crecimiento urbano ha comenzado a tomar terrenos ejidales cercanos (Montiel, 2013).

Expresiones culturales y fiestas tradicionales

El festejo más importante para la comunidad, por la capacidad de convocatoria que tiene con los municipios cercanos, es la fiesta patronal de San Bernardino de Siena, la cual se celebra del 11 al 21 de mayo de cada año. En estas fechas es cuando la imagen del santo es trasladada a la iglesia principal para su adoración, así como corridas de toros que son ofrecidas como promesas al santo, por su parte, el ayuntamiento administra otras actividades relacionadas, como los bailes populares, la venta de antojitos regionales, animados por grupos de charangueros.

Otro festejo importante es la celebración de la visita de la Santa Cruz Popox que llega del municipio de Yaxcabá el día 6 de enero, con un baile tradicional de la jarana conocida como cabeza de cochino, la cual es adornada con panes pequeños con formas de seres humanos, esta celebración data de hace más de 50 años (Montiel, 2013).

El día de los fieles difuntos es también muy celebrado por las personas católicas o de otra religión, debido a que se consideran como días de guardar. Esta celebración comienza el día 30 de octubre con la preparación de los altares familiares y la realización de rezos y comida, así como con la colocación de veladoras encendidas desde la puerta del cementerio hasta las diferentes casas. Termina el día 30 de noviembre con la realización del Pib, un tamal de gran tamaño horneado bajo tierra y con piedras al rojo vivo, el cual se coloca en la ofrenda del altar de las viviendas con la finalidad de que las familias despidan a los parientes difuntos y estos se lleven el Pib como un tentempié para regresar de nuevo a su lugar de descanso (Montiel, 2013).

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 Tahdziú 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.



Gráfico 1. Antena para la recepción de señal de TV de paga.

En el municipio de Tahdziú la falta de señal de televisión abierta ha sido un fenómeno histórico, desde el año 2000 la señal de televisión se pagaba como un servicio particular, el cual llegaba por medio de antenas o bien se dispersaba por medio de cables, cuyas conexiones se extendían desde el municipio de Peto (Montiel, 2013). Actualmente, estas antenas receptoras se encuentran en la casa de uno de los ex presidentes municipales, ubicada en el centro de la población. Estas antenas son las que distribuyen la señal a las casas que rentan este servicio y a varios municipios como Tahdziú, Chacsinkín y Tixmehuac.

***"El expresidente sigue teniendo las antenas, la verdad sabemos que ya vendió una parte, pero fue su hijo, pero si ellos lo siguen manejando, lo sabemos porque es nuestro hermano"
(Hombre, 35 años, hogar con niñas y niños)***

La compañía bajo la cual operan estas antenas es Cablevisión, la cual brinda un servicio de paga que se debe de cubrir al mes por un precio que va de los \$150 pesos por conexión para 1 televisión a los \$250 pesos por conexión para dos televisiones. Cabe señalar que en las casas de las personas que formaron parte de la muestra, tenían por lo menos una

televisión analógica, en otras familias se contabilizaron hasta 3 televisiones analógicas o bien 1 televisor digital, con captación de señal diferenciada, es decir, que cada televisor podía sintonizar canales diferentes. El número de canales que ofrece este servicio es de 40 y el cobro se hace de manera local ya que una familia tiene la concesión del servicio.

"Ya ves que yo trabajé con él varios años y la verdad es que muchas familias contrataron el servicio para una sola tele y luego lo ponían en otras, pero se repetía lo que veían, por eso ahora cuando ya contratan lo hacen por número de televisores, les resulta más"
(Hombre, 35 años, hogar con niñas y niños)

La segunda compañía de televisión por paga que se encuentra en la comunidad es VeTV, esta empresa es la que se distingue en la comunidad por las antenas de color azul que se encuentran en los techos de las casas, su costo es de \$298 pesos por 60 canales y en muchas ocasiones las promociones que mantienen en la comunidad les permite ver "canales de regalo".

"Tenemos la antena, lo bueno es que nos da más canales y a veces nos dan canales de regalo, aunque sea por poco tiempo"
(Adolescente, 14 años, hogar con adolescentes)

En cuanto a la señal de celular existe una torre de repetición de la compañía de Telcel, ubicada a 4 cuadras del palacio municipal. Esta torre se construyó hacia finales de 2012 en uno de los terrenos del entonces presidente municipal en funciones. Ésta es la única torre de repetición telefónica que existe en el poblado.



Gráfico 2. Instalaciones donde

se encuentra la antena.

En cuanto a la señal de radio, todos los informantes refirieron que, la señal de la radio de XEPET La Voz de los Mayas es la única señal que ha llegado

al pueblo desde que ellos eran niños. Sin embargo, recuerdan que en el 2018 llegaban señales de radio comerciales como la “Ke Buena” y “Exa”, pero dejaron de escucharse cuando dejaron de usar las radios con casetera, CD y antena, ya que éstas fueron sustituidas por bocinas inteligentes que usan memorias USB grabadas con canciones. Dichas memorias USB son adquiridas en un cibercafé o en el mercado municipal de Peto y llegan a costar 200 pesos con 1000 canciones grabadas, además, se pueden pedir por encargo dependiendo del género musical que el cliente desee escuchar.

***“Yo recuerdo la hora de Cri-Cri que era para niños, me gustaba escucharla porque no teníamos tele, mi mamá lo ponía en la cocina... Ahora escuchamos música con USB, pero no es lo mismo, tenemos que ver los estrenos en el Face o en YouTube”
(Hombre, 35 años, hogar con niñas y niños)***

La Voz de los Mayas se escucha en FM y en AM, pero sólo se puede escuchar si es sintonizada en equipos viejos de radio, los cuales solamente 2 familias de las 9 entrevistadas tenían en uso o bien la escucha quien tiene coche con radio. En cuanto al número de frecuencia, Radio XEPET se encuentra en el 730 AM y en el 105.5 de FM. En Tahdziú se llega a escuchar en el 100 de FM y en algunos casos los informantes dijeron desconocer la frecuencia en la que la escuchan debido a la mala señal de sus aparatos receptores.

***“Yo la escucho, donde agarre la señal, puede ser en el 100 o en el 105, pero la verdad es que se escucha mal”
(Hombre, 51 años, hogar con adolescentes)***

De las personas entrevistadas, quienes viven en la zona de la salida hacia Timul, señalaron que existe otra señal de radio que se escucha en esa zona y es la de la Radio Tuklik, la cual se instaló desde el 2019 en un domicilio particular y que la asociación civil Educe ha promovido de manera previa desde el 2016. Cabe indicar un antecedente que se remonta a 2013, cuando otra asociación civil, Emprendedores del Desarrollo Comunitario, llevó al municipio un transmisor de radio para emprender un proyecto de radio con jóvenes.

“Yo comencé con las chamacas la radio... nos las dieron y lo puse acá en la casa, funcionó bien en las tardes, pero luego me casé,

luego una familiar la tuvo, pero ya vez también se casó... funcionaría mejor si la dejaran transmitir como antes y pudiéramos mandar saludos”

(Hombre, 35 años, hogar con niñas y niños).

Actualmente, Radio Tuklik tiene una antena de transmisión de 1 watts de potencia por lo que su señal se puede escuchar a 800 metros a la redonda en el 88.5 de FM los sábados por la mañana.

Condiciones y problemas de la infraestructura de telecomunicaciones.

En la cabecera municipal de Tahdziú, las condiciones de las señales de radio, televisión, telefonía celular e internet, dependen de la constancia de electricidad, ya que el servicio de luz eléctrica se corta de forma constante durante el día, llegando incluso a registrar unos 4 cortes en un mismo día. Esto genera que las señales a los diferentes aparatos sean intermitentes y, en algunos casos, que no lleguen a restaurarse del todo.

“Esta situación se vive en toda la cabecera municipal, los testimonios recabados de los informantes indican que la luz “se puede ir” hasta por un periodo de 3 a 4 días, por lo que en esos días no tienen acceso a ningún tipo de señal y, aunque lo reportan a la CFE, esta empresa no responde pronto. Esto mismo ocurrió cuando los días previos a la salida uno de los postes de electricidad que se encuentra a la entrada de la población, muy cerca del albergue indígena Alfonso Caso y de la Secundaria Técnica, comenzó a hacer corto. Este hecho se puso de manifiesto en mensajes de WhatsApp y en el Facebook personal de algunas personas, donde se les pedía que las personas hicieran el reporte para que la CFE atendiera la situación.”

(Hombre, 39 años, hogar con adolescentes)

Durante el trabajo de campo se pudo constatar que después de interrupciones de luz los canales de televisión ya no llegaban de forma nítida, o que el acceso de llamadas en los celulares quedaba restringido por unas horas a pesar de tener saldo suficiente, y en el caso de la conexión a internet y las apps tardaban en enviarse los mensajes o en abrir enlaces de páginas web.



Gráfico 3. Postes de luz en las calles.

En cuanto a la señal de la radio, esta señal no llega por el tipo de aparatos que hay para su recepción ya que las bocinas que se han adquirido no cuentan con una antena, como las que tenían los modulares y las radios con casetera. Estas bocinas cuentan con entrada para memorias USB, para audífonos, memoria microSD, Bluetooth y radio. Durante las observaciones hechas en las casas de las familias se les pidió que pudieran encender o bien mostrar la recepción de señal de radio en las bocinas, al hacerlo señalaron que sólo apretaban el botón que decía radio y, efectivamente, se pudo constatar que se escuchaba estática.

***"Mira ya lo prendí y nada, no se escucha la radio, ya la reviso mi esposo y nada, creo que la radio es la que ya no funciona"
(Mujer, 28 años, hogar sin niñas, niños y adolescentes)***

De igual forma se preguntó si los celulares contaban con una app de radio, la totalidad señaló que sus celulares no contaban con alguna app similar, por lo que desconocían si podrían escuchar la radio en el celular y si sus audífonos funcionaban como antena receptora.

***"No sé... cuándo compré el celular no traía lo de la radio y no he intentado bajarlo... ni siquiera sabía que los audífonos eran los que funcionan como antena"
(Hombre, 35 años, hogar con niñas y niños)***

Es importante señalar que el tipo de uso o la forma en que se usan los aparatos, como las bocinas, ha hecho que los adolescentes tengan la percepción de que la radio ya no existe o que sólo hay un tipo de radio donde únicamente se escucha música, pues han dejado de consumirla en su totalidad y sólo la tienen como una referencia histórica por parte de

sus padres o bien la logran escuchar de forma esporádica cuando viajan en coche ya sea particular o taxi al municipio de Peto u otros lugares.

"Ya no existe la radio, aunque mi mamá trabaja en una de ella, ya no existe como antes porque ya no tenemos aparatos que nos ayuden a escucharla"

(Adolescente, 16 años, hogar con adolescentes)

Conectividad y penetración de internet.

En todo el municipio, incluso en las zonas alejadas del ejido, es posible contar con la señal de internet móvil de Telcel por lo que su uso es muy cotidiano entre las personas entrevistadas y sus familias, incluso cuando éstas salen a la milpa. Este servicio se contrata por medio de recargas telefónicas que van desde los \$20 pesos y que dura 2 días hasta recargas de \$100 pesos que duran 15 días. Las recargas se hacen en las tiendas de abarrotes, las cuales cobran dos pesos de comisión por cada recarga independientemente del monto.

"Mi cuñado va ahora a la milpa de mi marido a ver las abejas, desde que se fue a Canadá él va, lleva su celular y lo prende para escuchar música" (Mujer, 30 años, hogar con niñas y niños)

En el municipio no existe ningún punto de conectividad de internet de forma gratuita, pero sí existe un cibercafé que renta computadoras y el servicio de internet por \$12 pesos la hora. Sin embargo, por la pandemia el cibercafé funciona de forma intermitente porque las personas prefieren conectarse a internet desde sus celulares para, por ejemplo, consultar tareas y enviarlas o mantener el contacto con sus maestros, quienes les facilitan las impresiones.

"Ya no abren el ciber como antes, salen a trabajar y lo dejan cerrado porque no hay clases y no les resulta, pero sí está abierto cuando él está en su casa"

(Mujer, 51 años, hogar con adolescentes)

Durante el trabajo de campo se pudo constatar la llegada de promotores de la empresa AT&T, los cuales ofrecían promociones con tarjetas chip gratis y con un número mayor de megas, sin embargo, las personas desconfiaban de que también ofrecieran una buena calidad de señal,

pues hasta ahora han estado utilizando la única disponible de la empresa Telcel.

"No nos gusta esa compañía, siempre vienen, pero la verdad es que su señal no llega como la de Telcel"
(Mujer, 30 años, hogar con niñas y niños)

Entre las familias entrevistadas, ninguna manifestó tener internet en sus casas, pero en dos casos refirieron a otros familiares que cuentan con ese servicio. Las personas mencionadas son dos jóvenes que tienen estudios de posgrado —maestría y doctorado— y que por necesidad de sus actividades pusieron el servicio de internet con la empresa de Telcel y les cuesta en promedio \$300 pesos al mes. En el caso de una de las familias, el internet que usan no es de los megas que obtienen por las recargas, sino porque un familiar les facilita el acceso a sus sobrinos:

Mi tía nos dio la clave del internet y es la que usamos para la escuela, la verdad nos ayuda mucho... Mi tía tuvo a su bebé y vino a vivir a casa de mis abuelos, pero está estudiando su maestría y trabajando por eso puso el internet de casa, es de Telcel y paga como \$400 pesos al mes"
(Mujer, 12 años, hogar con adolescentes)

Televisores y recepción de canales

En el caso de las 9 familias entrevistadas, 2 de ellas no contaban con ningún tipo de televisión, mientras que las siete restantes contaban de 1 a 3 televisiones, en su mayoría análogas, esto por el precio que llegan alcanzar que es bastante elevado y para muchas familias significa un esfuerzo muy grande obtener ese tipo de aparatos. En una entrevista, una de las informantes, señaló que ha visto en otras familias que realizan algunos sacrificios, se dice que dejan de comer, para ahorrar lo suficiente y comprar televisores digitales.

"Lo que da el marido sólo es para la comida, tú si quieres algo como un capricho, una tele, una bocina o incluso comprar tu oro, dejas de comprar comida y ahorras, así es como se consiguen las cosas, por eso vez que los niños están muy flaquitos, las mamás son las que compramos todo lo que es el lujo, aunque digan que no trabajamos lo hacemos y a veces ganamos más que el hombre, pero él es el que decide sobre nosotras"

(Mujer, 35 años, hogar con adolescentes)

Entre los canales que más se consumen, se encuentran: El canal de las Estrellas, Golden, TNT, TLNovelas, Distrito Comedia, 13 Tv TeleYucatán, Cartoon Network, Canal 5, WWE, Nicklelodeon, Star Channel, Disney XD, Canal de noticias.



Gráfico 4. Antena para consumo de televisión de paga.

Es necesario especificar que los miembros adultos de los 3 tipos de hogares, mantienen entre sus preferencias el Canal de Las Estrellas y el Canal de noticias Foro TV de Televisa, así como en el Canal 13 Tv perteneciente al canal regional de Tele Yucatán. En cuanto a las mujeres adultas, las entrevistadas comentaron que ven el canal de las TLNovelas, TNT, Golden y Distrito comedia.

Los horarios en que se ven estos canales es el caso de los hombres, por las tardes y por las noches ya que es cuando pasan las noticias y también las películas. Para las mujeres los horarios de sintonización dependen del cuidado de sus hijos ya que cuando se tienen niños pequeños se les da la preferencia por las mañanas y a la hora de la comida o bien se les prende una segunda televisión donde se sintonizan los canales infantiles, mientras ellas hacen sus quehaceres. En los casos de hogares con adolescentes los horarios de televisión se dispersan aún más, debido a la carga escolar, así que sólo se ven los canales de televisión por parte de

las familias hacia el mediodía y en la noche, cuando toda la familia logra ver las noticias, lo mismo sucede con las familias que ya no tienen hijos adolescentes, el horario suele ser por las noches para ver casi de forma exclusiva las noticias del canal de las Estrellas.

"Cuando el viene de la milpa come y luego ve su película, yo me voy hacer mis cosas cuando él ve tele para evitar problemas... sólo vemos las noticias juntos"

(Mujer, 35 años, hogar sin niñas, niños y adolescentes)

Aparatos radiofónicos y frecuencias

Del total de familias entrevistadas, que fueron 9, sólo 2 contaban con un radio con antena, 1 con modular en desuso, es decir funcionaba pero ya no lo utilizaban como tal, únicamente ponían música por medio de un dispositivo de USB, otra familia contaba con un modular echado a perder, pero conservado como adorno en la casa y con la creencia de que lo mandarían a reparar en algún momento junto con su televisión análoga, 4 familias contaban con bocinas inteligentes cuyo precio oscilaba entre los \$100 y 3,000 pesos y una familia no contaba con ningún tipo de aparato con capacidad de recibir una frecuencia de radio.

Tres de las familias contaban con coche, por lo que escuchaban la radio cuando manejaban, pero sólo mientras llegaban a su destino.

"Yo escucho la radio en el coche y cuando puedo, porque luego me voy a la milpa, a Peto o a trabajar los chiles y ya no escucho nada"

(Hombre, 51 años, hogar con adolescentes)

En las dos familias que contaban con radios de antena, éstas podían escuchar Radio XEPET sin problema de sintonización y en FM, las 4 familias que contaban con bocinas señalaron que no podían sintonizar la radio en ninguna de las dos frecuencias, FM y AM, y solamente escuchaban estática. Las restantes 3 familias no hicieron ninguna referencia a la programación de radio.

"Tenemos un radio viejo de los que tienen casetera, es el que ponemos en la cocina y funciona casi todo el día, porque allá lo dejamos, escuchamos XEPET solamente es la única estación que agarra"

(Hombre, 40 años, hogar sin niñas, niños y adolescentes)

La frecuencia que se recibía en las radios con antena, era la de XEPET en el 100 de FM, así mismo comentaron que no podían recibir la frecuencia de ninguna radio comercial a diferencia de hace 3 años, cuando las radios comerciales como Candela, Exa y la Ke Buena.

Dispositivos digitales y conexión a internet para consumo audiovisual.

La totalidad de las familias entrevistadas contaban con por lo menos 1 celular y, sólo en una de las familias 4 de los 5 miembros contaban con este dispositivo para uso exclusivo de cada uno. De esas mismas familias, una contaba con una computadora de escritorio que ya no funcionaba y otra familia con una Tablet, con la cual los hijos hacían su tarea de nivel secundaria.

"Compré los celulares poco a poco y a los maestros de Peto, los cuales pagué por más de 6 meses, pero así lo tuve que hacer porque salen muy caros nuevos, tenemos la tablet para las tareas y todavía me falta comprar a mi hijo la computadora ya que pronto terminará el COBAY en Peto e irá a la universidad"
(Hombre, 39 años, hogar con adolescentes)

De las 9 familias, 7 se conectaban con sus celulares para el uso de redes sociales, como WhatsApp, Facebook y YouTube, para compartir algunos mensajes de tipo religioso, educativo o bien de trabajo, los cuales eran tutoriales como la repostería, de corte y confección de ropa y uñas, así como para compartir algunas denuncias ciudadanas como el caso de un mal manejo del programa Jóvenes construyendo un futuro por parte de uno de los costureros. En una familia, la cual trabaja para una de las asociaciones civiles, se pudo observar el consumo de plataformas diferentes a las ya mencionadas y que eran para capacitación y para subir información recabada dentro de un ejercicio ciudadano, lo cual se hizo de forma directa con el celular de la informante.

"Estoy subiendo mi informe sobre el presupuesto participativo, este año lo hicimos como encuesta y lo mandamos por WhatsApp, eso lo hizo Lety de Mayapán con Mildre de Timul... no es difícil, pero sí lleva su tiempo aprenderlo"
(Mujer, 35 años, hogar con adolescentes)

Es importante señalar que, en el caso de algunas mujeres, el uso de las redes sociales como Facebook queda restringido por parte de los maridos, quienes solamente les permiten el uso del WhatsApp y lo justifican por miedo a que sus esposas les engañen o sean infieles. En el caso de 3 familias, una de cada entrevistada, el único teléfono celular que se tiene lo maneja de forma exclusiva el padre o jefe de familia y en un caso también el hijo mayor.

"No... yo no la dejo que use el Face ya ves lo que pasó con... dicen que engañó así a su marido y luego la descubrieron, no quiero que me pase lo mismo"

(Hombre, 35 años, hogar con niñas y niños)

HÁBITOS DE CONSUMO

De las 9 familias entrevistadas, todas mantienen el acceso a contenidos audiovisuales de las siguientes formas.

Los contenidos audiovisuales de entretenimiento para todos los integrantes de las familias son por medio de la televisión de paga ya que mantiene una barra de programación que les permite estar enterados de las noticias locales, nacionales e internacionales, así como poder ver contenidos educativos para los niños más pequeños y en el caso de algunos adultos poder conocer contenidos educativos que ellos no tuvieron la oportunidad de estudiar cuando eran más jóvenes.

***“La verdad es que yo veo los programas que pasan de la escuela, sobre todo los del bachillerato, ya que yo solo estudié hasta la secundaria, siempre quise estudiar la prepa, pero no se pudo, así que ahora con lo de pandemia los he visto y siento que estoy en la escuela, además de que aprendo cosas que no sabía”
(Mujer, 30 años, hogar con niñas y niños)***

El celular con internet es otra manera de exposición, pero está determinada por la capacidad económica ya que mientras sea mayor la recarga a mayores contenidos pueden acceder, como videos de YouTube, por lo que páginas como Facebook es de las más utilizadas para comunicarse con amigos y familiares, así como para formar parte de la vida comunitaria digital, dadas las condiciones de trabajo y de ingreso, todas las familias entrevistadas dijeron exponerse al consumo menos de 2 horas al día, siendo los adolescentes quienes más se exponían en el número de las horas, las cuales estaban en un rango de 3 a 4 horas, pero cuya exposición incluía materiales de mejora continua para sus trabajos y para la adquisición de nuevos conocimientos.

Por el cambio de artículos más modernos para escuchar música, el consumo de contenidos de radio ha quedado muy disminuido, pues los nuevos equipos no tienen la capacidad de recibir las señales de FM y AM, por lo que sólo son un recuerdo o una referencia histórica de los informantes el escuchar la radio, llegando a creer en algunos casos de población adolescente que la radio ha dejado de existir.

En el caso de los medios visuales, como el periódico, la exposición forma parte de la memoria histórica, pues dejó de venderse los periódicos en 2018, cuando dejó de ir una camioneta que vocea las noticias y ofrecía los periódicos de casa en casa. Sólo algunas familias, 5 en total, dijeron mantenerse expuestos al contenido de periódicos digitales, pero estas familias tienen una constante, han formado parte de los procesos inducidos de organizaciones de la sociedad civil, por lo que su interés, nace de los proyectos de ciudadanía en los que han participado en años anteriores, aunque comparten también, un grado promedio de escolaridad secundaria y una multiplicidad de actividades económicas en su vida cotidiana.

En cuanto al contenido visual como el periódico, éste es un medio que actualmente no llega al municipio, por lo que no es consumido, los entrevistados solamente recordaron en su totalidad que el periódico llegaba a la comunidad en el año 2018, cuando era voceado por camionetas dando algunas noticias, pero que dejó de pasar y ellos dejaron de leer el periódico. Solamente 5 entrevistados de dos tipos de familia, hijos de 3 a 12 años de edad, y con hijos adolescentes de 12 a 17 años dijeron leer el periódico en su versión digital, siendo los sitios más visitado el ¡Por Esto!, seguido del Diario de Yucatán y El de Peso, en sus secciones locales, nacionales, internacional y de espectáculos.

Televisión

Por medio de la señal de televisión de paga que ofrecen dos compañías, Cablevisión y VeTV debido a que la señal de televisión abierta no llega al municipio. Muchas de las familias que acceden a los contenidos de la televisión por cable dependen de una contratación única, es decir un aparato es el que recibe la señal que se reproduce de forma repetida en otras televisiones, este problema lo han podido resolver de forma práctica, con la adquisición de una caja de registro, comprada de manera informal y sin la autorización de la compañía que en este caso es la de Cablevisión. logrando de esta manera acceder a un contenido diferenciado en varios equipos, pero, pagando una sola renta mensual.

"Acá en la casa hay 3 teles, yo sólo tengo una, pero pagamos por dos... hay una forma de ver la tele y que no veas lo que se ve en la otra, sólo se compra la caja y listo tienes el servicio en otra tele y el de la empresa no se entera"

(Mujer, 28 años, hogar sin niñas, niños y adolescentes)

Los contenidos al que acceden las familias por medio de la televisión tienen relación con la edad y con la división de roles por sexo/género. Los programas de noticias en las noches son los únicos contenidos que consumen de manera familiar, ya sean adultos y jóvenes, hombres y/o mujeres y, a decir de ellos, de esta forma “se enteran de lo que sucede en el mundo”.

“Vemos las noticias en las noches, cuando ya nos vamos a dormir para saber qué pasó, la verdad es que es importante porque así nos enteramos... En casa no tenemos tele, vamos con mis cuñadas a verlas, allá en el centro”

(Hombre, 51 años, hogar con adolescentes)

Durante las entrevistas y las observaciones que se hicieron entre las familias, se logró diferenciar que los hombres adultos, y algunos jóvenes, prefieren las películas de acción y los programas de deportes, los cuales suelen transmitirse en las tardes y en las noches, además en los fines de semana a distintos horarios. Entre los canales más vistos se encuentran TNT, Golden y el Canal de las Estrellas. Mientras que las mujeres prefieren ver Telenovelas o películas que no contengan violencia, programas de entretenimiento como “La Rosa de Guadalupe”, “Como dice el dicho”, programas de comedia, pero sin contenido vulgar o grosero y, aunque no dijeron ver programas de revistas, sí señalaron que identifican a locutoras como Andrea Legarreta o Galilea Montijo, así como al “Víctor”, locutor de “100 mexicanos dijeron”.

Estos programas también suelen transmitirse al medio día, en las tardes y en las noches sobre todo en el Canal de las Estrellas, Distrito Comedia y TLNovelas, donde la novela más vista por las mujeres ya que pasa a la hora de la comida es “Soy Tu dueña”.



Gráfico 5. Televisión para consumo audiovisual.

En el grupo etario de adultos, conformado por hombres y mujeres, fue muy evidente que no había un líder de opinión, aunque sí se identificó a la conductora del noticiero nocturno Denisse Maerker como un personaje clave para escuchar sus comentarios al presentar las noticias.

En cuanto a la población infantil de 3 a 11 años, el contenido televisivo que llegan a consumir está muy controlado por las madres quienes son las responsables de las actividades de cuidado de la familia. Los horarios de consumo de televisión son por las mañanas antes de asistir a la escuela y son programas como Peppa Pig, Paw Patrol, Miraculus o LadyBug y algunas series de Nickelodeon. Durante la hora de la comida los niños vuelven a ver televisión, pero no es algo a lo que le presten atención pues están comiendo o bien jugando con algún hermano, mientras esperan que sirvan la comida.

"Desde que inició la pandemia le pongo programas educativos a los niños, porque no los llevo a la inicial y aunque mi hijo más chico ya debió entrar a la preescolar, no lo aceptaron por la pandemia y como no cursó la inicial completa, le pongo la tele y si hace los ejercicios, le gusta"

(Mujer, 30 años, hogar con niñas y niños)

***"Les pongo la tele mientras comemos para que se entretengan, ellos lo medio ven, pero luego se van a jugar"
(Mujer, 29 años, hogar con niñas y niños)***

Con los niños y niñas mayores de 11 años de edad, el consumo televisivo, baja considerablemente, ya que los niños se empiezan a involucrar más en las actividades de la milpa y las niñas en las actividades referentes al hogar, como aprender a poner el nixtamal o maíz para hacer masa para tortillas y, al finalizar estas actividades prefieren salir a jugar con otros niños a la calle, ya sea canicas o bien lo que esté de moda entre ellos, como el trompo, el cual estaba de moda al momento de la hacer este estudio.

***"No está mi hijo... se fue a la milpa con su abuelo, a él le gusta ir a la milpa más que quedarse a ver televisión y como ahora no está su papá él tiene que ir a la milpa con sus tíos y con sus abuelos"
(Mujer 30 años, hogar con niñas y niños)***

En cuanto a los jóvenes, cuando ya pasan a la secundaria es decir cuando tienen entre 12 y 17 años de edad, el consumo de la televisión mantiene ciertos gustos por los contenidos infantiles como Bob Esponja pero ya comienza a notarse un cambio, pues prefieren ver las series de adolescentes que pasan en canales como Nickelodeon, diferenciando ya el consumo por los roles de género, ya que las mujeres ven programas como "La rosa de Guadalupe", "Como dice el dicho", películas de drama y algunas novelas que comparten con sus madres, mientras que los hombres prefieren las películas de acción y en algunos casos las noticias, o deportes como la lucha libre americana, contenido que ven con sus padres en algunas ocasiones.

Cabe señalar que, entre las familias que no contaban con televisión, precisamente había una cuya hija puso de manifiesto que ella veía televisión en casa de sus tías y/o bien mientras ella trabajaba en casa de una de sus clientas ya que trabaja colocando uñas de gelish. Esta joven es el ejemplo junto con otros dos informantes del mismo grupo de edad de los procesos que se viven en la comunidad y como el contenido de la televisión comienza a sentirse como lejano:

"Algo que no es de nosotros, el pueblo no vive así, nosotros no somos así, es solo entretenimiento"

(Adolescente, 16 años, hogar con adolescentes)

Los integrantes de los hogares sin niñas, niños y adolescentes no difieren mucho de las preferencias adultas de los otros dos tipos de hogares, es decir, suelen ver las noticias juntos, mientras que las mujeres ven las Telenovelas, los hombres ven películas de acción o ven algún programa de deportes. La diferencia más notable tiene relación con la exposición al contenido, pues pasan más tiempo con el televisor prendido, las mujeres, quienes se quedan en sus casas solas por las mañanas y no vuelven a tener compañía hasta al medio día que llega el marido de trabajar, que los maridos, quienes salen de sus casas por las mañanas y ven televisión a partir de las tardes.



Gráfico 6. Hogar con antena de televisión restringida.

Radio

Actualmente el consumo de contenido auditivo es por medio de bocinas inteligentes, donde las familias y sobre todo los hijos adolescentes, escuchan música grabada en dispositivos USB, los cuales colocan en los cuartos delanteros de las casas, sirviendo de distracción a los niños, pero sin que ellos los puedan utilizar. El uso de estas bocinas ha hecho que artículos como los radios con antena, o modulares, sean aparatos cada vez más en desuso y que solamente se usen por adultos mayores quienes los escuchan mayormente durante el día y en espacios determinados como la cocina, el solar y la parcela.



Gráfico 7.

Infraestructura de las antenas de radio y telefonía.

El consumo de los contenidos auditivos, queda determinado en dos sectores, por un lado, los jóvenes que utilizan las bocinas con dispositivos USB grabados con canciones de diversos géneros que se compran bajo pedido; plataformas como el Facebook y el YouTube donde escuchan canciones de moda y; por otro lado, los integrantes adultos, mayores a los 30 años de edad, de las familias entrevistadas, quienes refieren a la radio, como un medio de comunicación vivo pero que ha dejado de llegar a sus vidas.



Gráfico 8. Antena de radio.

Internet

Otra forma en la cual las familias entrevistadas acceden a contenidos audiovisuales es por medio del internet. De las 9 familias entrevistadas, 6

dijeron ver contenidos por medio de sus celulares ya que es la única forma por la cual pueden ver programas, escuchar música, reflexiones cristianas, contenidos educativos y de mejora de sus trabajos, pues en la comunidad no existe ningún espacio público en el cual el internet sea gratuito.

En el caso de las audiencias infantiles el acceso se encuentra controlado por los padres, quienes son los que entregan el celular por espacios menores a una hora el teléfono a los hijos e hijas cuando estos son pequeños o menores de 5 o 6 años, cuando ya tienen 7 años de edad y han pasado a la primaria, los niños comienzan con un proceso más independiente para poder acceder a contenidos, tales como los videojuegos Minecraft y Spiderman. Sin embargo, los niños prefieren salir a jugar con sus amigos de la cuadra, por lo que el uso del celular queda en espacios donde están solos, es decir no hay más niños con quien socializar y el padre o la madre se encuentran ocupados en alguna actividad laboral como el bordado de huipiles.

***"Ellos juegan cuando están solos, agarran el celular y me gastan los datos... cuando vienen los vecinos, lo dejan y se van"
(Mujer, 30 años, hogar con niñas y niños)***

De forma general el consumo del internet se encuentra limitado por el tipo de recargas que se haga por cada familia, es decir, la cantidad de dinero que se pueda invertir a la semana determina el consumo de contenidos. Es así como en el caso de los hogares con niñas y niños entre 3 y 11 años de edad, entrevistadas, el promedio de recarga que ponen los padres a sus celulares va de los \$20 a los \$50 pesos por semana, pues dicen que las tareas se mandan muy pocas veces por el WhatsApp ya que las maestras van de forma regular a la comunidad y marcan tareas sólo por las libretas por lo que el consumo es para que los niños vean algún video musical o de videojuegos.

Los hogares con adolescentes, demostraron que el consumo de contenidos, que se hace de los 12 a los 17 años es mucho mayor, pues no sólo sirve para cuestiones educativas, sino también de socialización y en dos casos, para mejorar en el trabajo emprendido por mujeres jóvenes. En esta etapa el consumo se hace de forma personal ya que es cuando entran los jóvenes a la secundaria que los padres les compran un celular propio.

"Yo le compré su celular... cuando pasó a la secundaria, es allá donde lo necesitan, lo mismo hice con mi hijo, lo mismo haré con ella en estos meses, ya lo necesita por la escuela, les sirve por sus tareas"
(Hombre, 39 años, hogar con adolescentes)

En el caso de los adolescentes y en educación secundaria, el consumo aumenta por lo que el precio de las recargas también, ya que además del consumo que realizan para asuntos educativos, mantienen ya una vida social bastante activa en redes sociales y en videojuegos, aunque esta práctica de consumo dependerá en gran medida de la capacidad económica de la familia y de las formas en que realizan sus actividades económicas, pues en ocasiones, el trabajo remunerado hecho por los jóvenes es también un factor determinante en el consumo de contenidos e incluso en la adquisición de los equipos con los que lo consumen.

"Gastamos en ellos \$100 pesos a la quincena, en cada uno, además de que su tía nos da el internet de la casa... la más chica usa nuestros celulares, pero aun así gastamos mucho"
(Mujer, 35 años, hogar con adolescentes)

En el caso de las familias sin hijos, el acceso al contenido queda determinado no por el monto de la recarga, sino por el permiso del esposo, quien es el que decide si la esposa puede crear su propia cuenta del Facebook o bien debe de compartir la que su esposo tiene. Esta situación se mantiene hasta que los hijos llegan a tener 3 o 4 años de edad. Una de las razones que manifestaron nuestros entrevistados fue que esto pasa porque ellos, los hombres tienen miedo a que sus esposas les sean infieles.

"Acá es así, muchas mujeres dependen de lo que sus maridos les digan, pueden tener el celular, pero no les dejan tener el Facebook, pues saben que por allá los pueden engañar, a mí me pasó... él no me deja ya tener celular, si quiero usarlo debo pedirle el suyo y ver todo desde su cuenta" (Mujer, 28 años, hogar sin niñas, niños y adolescentes)

"No... yo no dejo que tenga Facebook, porque es ahí donde te engañan... por eso prefiero darle el mío y que lo vea desde allá"
(Hombre, 35 años, hogar con niñas y niños)

Es importante señalar que en el municipio son muy pocas las familias que acceden a contenidos audiovisuales por medio de internet fijo en casas, ya que quienes acceden a este servicio tienen como característica el poseer un alto grado de estudios (licenciatura, maestría y doctorado).

***“Mi hermanita, la que acaba de llegar porque acá tuvo a su bebé, si la que tiene la maestría, ella puso el internet para que trabaje... Ella nos dio la clave y los chamacos la usan, por eso no gasto tanto”
(Hombre, 39 años, hogar con adolescentes)***

***“Mi hermano, el que estudió su maestría y ahora el doctorado es el que puso el internet en casa de mis papás... Él sigue trabajando y estudiando por eso lo puso, mi hermanito es el que lo usa y cuando vamos a la casa de mis papás mis hijos lo usan para bajar sus videojuegos, mi hermanito los enseñó”
(Mujer, 30 años, hogar con niñas y niños)***

APROPIACIÓN DE CONTENIDOS

La adecuación de los contenidos audiovisuales entre las familias de Tahdziú, en forma generalizada se ha mantenido por medio de los sucesos que ha pasado en su comunidad y que han implicado ser parte de notas periodísticas desde hace más de 20 años, autores como Montiel (2013) ejemplifican este hecho con el análisis etnográfico de la construcción de la carretera Timul-Tahdziú realizada en 2003 y que ocupó varios espacios en diferentes medios de comunicación y de los cuales la población tomó interés y los adecuó a su contexto familiar y social ya que era de las obras emblemáticas que se realizaron para elevar la calidad de vida de uno de los pueblos con mayor rezago económico.

En la actualidad, esta tendencia se ha mantenido, ya que las personas recuerdan que su comunidad es señalada como pobre, indígena y en los últimos años, como violenta, tras el feminicidio de una niña de 6 años ocurrida en 2018. También, por el conato de violencia que se dio durante la jornada electoral del 6 de junio de este año que tuvo como consecuencia primaria el desconocimiento del candidato ganador por un sector de la población. Como consecuencia secundaria se dio la integración de un cabildo con ciudadanos que, si bien ya son vecinos del municipio, no hablan maya, son tabasqueños y buscaron cambiar la lengua en la que se llevan las sesiones de cabildo, obteniendo el rechazo de un cabildo de mayoría maya hablante y la burla por una gran parte de la población.

"Fue lo último que quisieron hacer, salió en las noticias, una de las regidoras pidió que las sesiones fueran en español porque ella no habla maya -risa- ya sabes es tabasqueña, yo creo que ellos fueron a buscar esposas allá porque acá nadie les hacía caso, ya trajeron a medio Tabasco y ahora son parte del cabildo... les dijeron que no, que acá se habla maya y que si no entiende que busque a su traductor y que lo pague... salió en las noticias como una nota donde decían que la regidora quiere que hablen maya... la verdad es que ellos son los que deben hablar maya, si ya viven en el pueblo"
(Hombre, 35 años, hogar con niñas y niños)

Es importante señalar que, de forma particular, los adultos de cada familia adecuan los contenidos a los que tiene accesos por medio de la Televisión, las redes sociales y la radio, pero bajo directrices que los ayudan en el cuidado de sus hijos o bien para el acceso a bienes y servicios otorgados por el estado.

Para los hogares con niñas y niños, la adecuación del contenido que ven se encuentra centrado en la educación de sus hijos, en algunos casos las familias ya son independientes de las familias extensas, por lo que no tienen mucha influencia de sus familias extensas para el cuidado de los niños, razón por la cual ven contenidos que les sirva para poder educar sin violencia a sus hijos:

"La noticia que aún recordamos es la de un feminicidio... por eso vemos programas donde enseñan a cómo educar a los hijos, cómo se llevan con los padres"

(Mujer, 30 años, hogar con adolescentes)

Las familias que tienen hijos adolescentes han buscado contenidos relacionados con apoyos gubernamentales o bien tutoriales que les permita optimizar las capacidades de producción que ya cumplen los padres como los jóvenes a fin de poder acrecentar los recursos económicos a los que acceden como familia, esto con la finalidad de poder mejorar su calidad de vida, pero igual de mantener los gastos que tienen con hijos que ya estudian la secundaria y el bachillerato. Así lo ejemplifican los siguientes testimonios:

"Nos enteramos del programa de "Jóvenes construyendo un futuro" por las noticias y luego por el Face y nos dimos de alta como costurero ya que mis hijos me ayudaban para hacer los cubre bocas, pero nos rebasó, ahora enseñó a las dos señoras a costurar y me ayudan con mi trabajo, es por eso que ahora puedo cocinar y dedicarme hacer lo que quiero"

(Mujer, 35 años, hogar con adolescentes)

"Ella ya trabaja, pone uñas, ella aprendió allá en Peto y mejora mucho su trabajo bien el Face... allá busca clientas o por WhatsApp por lo que antes de ir al telebachillerato primero va a trabajar, saca

sus centavos, que más, ella no ve tele porque no tiene tiempo, solo a veces el Face y me lo muestra”.

(Mujer, 51 años, hogar con niñas y niños)

En cuanto a los hogares sin niñas, niños y adolescentes, si bien consumen contenidos audiovisuales, estos son con fines de entretenimiento por lo que la adecuación de estos a su realidad no es habitual ya que tienen delimitada sus actividades a una forma de vida que no se encuentra representada en los contenidos de los medios audiovisuales.

“Yo he visto algunas veces las noticias, pero casi no las veo... vi lo que decían de la pandemia, pero eso no pasa aquí... aquí es muy lejano para que pase lo de pandemia, si dicen que hay, pero la verdad yo prefiero seguir dedicarme a mi trabajo, por eso ves que no uso cubre bocas”

(Mujer, 23 años, hogar sin niñas, niños y adolescentes)

“Ahora que me casé, y perdí al bebé, me quedo en casa... a mi marido no le gusta que salga, por eso veo la televisión, las películas y las novelas, sí me emocionan, pero sé que no son verdad... nuestra vida es diferente porque no es así, nosotros vamos a la milpa, nos quedamos en casa, costuramos, lo demás te enteras, pero sólo es eso”

(Mujer, 28 años, hogar sin niñas, niños y adolescentes)

En cuanto a los jóvenes, estos enfocan los contenidos que consumen, en televisión y redes sociales, al entretenimiento o bien a la mejora continua de las actividades económicas de las que participan como miembros de su familia. Muy pocas veces lo relacionan con los contenidos escolares, por lo que es muy común ver a estos jóvenes viendo la televisión después de comer, o bien cuando regresan de la escuela, la milpa o de ir a jugar al campo de béisbol, pero sólo por un rato menos de una hora, ya que son ocupados por sus padres o bien para preparar algo relacionado con su trabajo.

“Nosotros aún vemos caricaturas, nos gustan, pero ya sabemos que no es verdad, ya distinguimos que nuestra vida no es así... yo veo Face, pero para poder mejorar mis panes o para saludar a algún amigo... casi no uso mis redes, no tengo tiempo, ayudo a mi mamá en

la costura y haciendo panes o pasteles que también vendemos, todos ayudamos”

(adolescente, 14 años, hogar con adolescentes)

En cuanto al sector infantil, se observó que entre los niños, la adecuación de contenidos de medios audiovisuales (televisión y juegos descargados en el teléfono celular) es muy disperso, ya que tanto la televisión como los videojuegos descargados en el teléfono celular, los logra entretener unos minutos, sobre todo si hay otros niños en la misma casa, ya que prefieren ir a jugar al patio o a la calle, con sus amigos al trompo o a las canicas, dejando a un lado, la televisión y el celular.

“A veces se me escapan, cuando me doy cuenta ya dejaron el celular y se fueron con los vecinos, allá se quedan jugando cuando ya tienen hambre regresan para que coman, ni su tarea hacen, viene el vecino y se los lleva... prefieren ir a jugar con sus amigos... no ven ni la tele cuando vamos a casa de mis papás, se van a jugar con mi hermanito... a veces juegan el celular, mi hermanito les descarga los juegos porque en casa de mis papás hay internet por mi hermano”

(Mujer, 30 años, hogar con niñas y niños)

Cambios de comportamiento

Entre los miembros adultos de los tres tipos de familias entrevistadas en su totalidad señalaron que, los contenidos consumidos, en los diversos medios audiovisuales, les generaban, sentimientos o reacciones como alegría, emoción, felicidad y reflexiones, debido a que el contenido era llamativo, interesante y absorbía en algunos momentos su atención, como las telenovelas, las caricaturas, las películas o los programas de deporte pero, que de ninguna manera ver estos contenidos habían cambiado su comportamiento sin embargo, cuando se tocó el tema de las noticias, sobre salió el tema de la pandemia y como, mucha de la información proporcionada por la televisión, la radio y las redes sociales les había servido para cuidarse ya que en varias familias se presentaron sintomatologías que eran características del SARS COV-2 y con la información que tenían pudieron cuidarse mejor.

Los jóvenes entrevistados, comentaron que, si bien consumían aún contenidos infantiles, ellos ya podían diferenciar que muchas de las situaciones que presentaban los programas de televisión eran diferentes a lo que ellos vivían:

"Nuestro primito de 6 años, el hijo del doctor... ve las caricaturas o alguna película en la tele y se cree lo que ve... si por ejemplo si él ve a los Transformers el luego se comporta como uno, no distingue la realidad de la ficción, en cambio nosotros si ya sabemos que eso no pasa y que nosotros vivimos diferentes, a lo que muestra la tele"
(Adolescente, 14 años, hogar con adolescentes)

Estos mismos jóvenes manifestaron que empiezan a cambiar el consumo de los contenidos vistos en la televisión como en las redes sociales cuando pasan al telebachillerato, debido a que sus intereses se amplían hacia las opciones laborales que tienen y ante la inminente participación ciudadana que tendrán sobre todo los hombres en un futuro cercano, es por eso que el ver las noticias así como tutoriales específicos sobre oficios que ya han empezado a ejercer junto a sus padres o de manera individual pero, que no implica un cambio en su comportamiento o bien la adquisición de cierto lenguaje o saludos que se ponen de manifiesto en estos contenidos.

"Ahora veo las noticias con mi papá para estar informados de lo que pasa en otros lugares, porque es importante para que nosotros sepamos quiénes somos... También veo el futbol, pero prefiero ir a jugar a Peto que ver el televisor"
(Adolescente, 16 años, hogar con adolescentes)

"Yo veo algunos tutoriales de uñas, me gusta porque allá agarro ideas para mis clientas... pero sólo los veo por mi trabajo, la verdad no tengo tiempo de ver casi nada por la escuela, quiero terminar y seguir estudiando en Peto o en Mérida"
(Adolescente, 16 años, hogar con adolescentes)

Para la audiencia infantil, el contenido televisivo y de las plataformas de internet eran sólo de entretenimiento y curiosidad por el tipo de artículo al que podían acceder, como el celular, el cual muchas veces era abandonado por los niños para ir a jugar con sus amigos por lo que no significaba un cambio radical en su comportamiento, de hecho, muchos de los padres comentaron que el uso del celular o de la Televisión era muy controlado ya que evitaban

"caricaturas violentas como Dragon Ball, porque dañan a los niños y ellos se vuelven violentos"

(Mujer, 30 años, hogar con niñas y niños)

Creación de contenidos

Ninguno de los integrantes adolescentes o adultos de las 9 familias que se entrevistaron para esta investigación, dijo participar en la creación de contenidos audiovisuales o bien reconoció que lo hace, incluso cuando se les preguntó sobre lo que publican en plataformas como el Facebook, ellos dijeron que:

"Sólo comento algunas publicaciones que veo en el Facebook de mis amigos"

(Hombre, 35 años, hogar con niñas y niños)

"No participo en los canales de YouTube mandando comentarios, sólo veo los videos de música o los tutoriales de Free Fire"

(adolescente, 16 años, hogar con adolescentes)

En cuanto a otros medios de consumo audiovisual como la radio, únicamente los adultos, tanto hombres como mujeres, dijeron haber participado mandando saludos a la radio XEPET, pero esto fue cuando llegaba la señal de la radio de manera frecuente a la comunidad.

"Nosotros escuchábamos XEPET y cuando íbamos a Peto dejábamos nuestros saludos o las felicitaciones para algún cumpleaños... nos gustaba, pero ahora como no llega la señal, aunque tengamos teléfono ya no hablamos a la radio porque no la escuchamos"

(Hombre, 39 años, hogar con adolescentes)

La negación sobre esta participación es porque se considera que la creación de contenidos es una actividad específica de los programas de televisión que se transmiten en Facebook o bien las canciones que escuchan en YouTube. Por otra parte, en la comunidad hay un sesgo al vincular la participación en la creación de contenido sólo con la política electoral y a las denuncias ciudadanas. Relacionado a las campañas electorales, hay un auge en los tiempos en los que se desarrollan las campañas y elecciones de presidente municipal, algunas veces, según se dice, siendo creados por usuarios falsos sobre todo en plataformas como Facebook como lo menciona una de las entrevistadas:

"Este año, la campaña electoral también fue por el Face, como estaba la pandemia y mucha gente no salía, el Face era otro campo de batalla... Lo hubieras visto, ni dormía, se la pasaba en el teléfono peleándose por el Face"

(Mujer, 29 años, hogar con niñas y niños)

Relacionado con las denuncias ciudadanas los contenidos surgen a partir de los problemas que hay en la comunidad. Por ejemplo, al finalizar el trabajo de campo para este estudio, surgió un corto circuito en uno de los cables de luz que se está ubicado en uno de los postes de luz cercanos a la escuela secundaria, este corto según los habitantes era algo que tenía que ocurrir por los constantes cortes de energía eléctrica que experimentaba el pueblo.

Las primeras reacciones por los habitantes se dieron por medio de mensajes de WhatsApp que se mandaron entre familiares preguntando por lo que estaba sucediendo, posterior a esto se hicieron varias llamadas telefónicas a la Comisión de Electricidad en días diferentes sin obtener respuesta. El momento clave fue que un habitante grabó un video donde se puede observar que el cable está con fuego y lo subió al Facebook a manera de denuncia ciudadana para llamar la atención y evitar algún accidente, pues el cable incendiado estaba muy cercano a la escuela secundaria y a la carretera principal. Sin embargo, ni el creador del video, ni su familia identificó este video como creación de contenido. Sólo fue para ellos un ejercicio ciudadano de denuncia, debido a que la comisión de electricidad había hecho caso omiso de las llamadas de teléfono.

"Siempre es lo mismo, siempre se va la luz y tarda mucho en regresar, eso siempre causa problemas y ahora lo del cable, la verdad es que tienen que venir a verlo, ya hablamos varios y no nos hacen caso, por eso estamos molestos"

(Hombre, 39 años, hogar con adolescentes)

Otra forma de creación de contenido que se identificó fue la relacionada con el tema de la religión. En este tema participaban activamente dos familias, de las cuales sólo una de ellas dijo utilizar la plataforma de Zoom para realizar reuniones remotas, aclarando que sólo eran participantes, ya que eran los hermanos de otras comunidades los que organizaban las reuniones, a las cuales asistían como si fueran presenciales, dedicándole el tiempo necesario y la vestimenta adecuada.

La segunda familia dijo que solamente compartía el contenido de reflexiones o canciones religiosas con sus amigas ya que la iglesia a la que asistía no se había reunido en más de un año y que era por medio de las reflexiones que encontraban en el Facebook o en YouTube, que podían estar cerca de Dios.

"Yo le comparto a mis amigas las reflexiones que veo por Facebook y por YouTube, pero no las hago... me gusta compartirlo porque así adoramos a Dios, aunque no nos reunamos"
(Mujer, 30 años, hogar con niñas y niños)

Derechos de las audiencias

Para las personas de Tahdziú, no existe una noción manifiesta de que tienen derechos por ser una Audiencia activa en su comunidad ante los servicios de telecomunicaciones, esto se puso de manifiesto cuando, las personas que fueron entrevistadas para este estudio, no identificaron ni emitieron un juicio de valor sobre programación específica para los pueblos indígenas, solo mencionaron que existían programas locales como los emitidos por radio XEPET, radio Tuklik o canal 13 de Tv Yucatán, los cuales transmitían algunos contenidos para las personas mayas, pero no identificaron procesos de discriminación en los contenidos audiovisuales que han consumido con regularidad.

"Sólo las noticias son las que dicen a veces cosas negativas, como lo que pasó con la niña, o lo que pasó con la regidora, aunque si dicen lo que pasa en la comunidad"
(Mujer, 30 años, hogar con niñas y niños)

El consumo de contenidos audiovisuales, en esta comunidad ha quedado vinculada a la capacidad económica de las personas, tanto en medios como la televisión, el internet, la telefonía móvil, el internet fijo o de casa y ahora, aunque parezca paradójico al proceso de modernización de los aparatos auditivos, ya que las bocinas, aunque cuentan con entradas como el USB, el Bluetooth, memoria Micro, no cuenta con la capacidad para sintonizar las frecuencias de radio tanto en FM como en AM y las personas que tienen estos aparatos no ubican el problema por el cual no pueden escuchar actualmente la radio, situación que se ha desarrollado en los últimos años, haciendo que los adolescentes tengan la percepción de que la radio ya no funcione.

"Nosotros sólo le ponemos \$20 pesos al celular, aunque nos costó algo caro el aparato, sólo podemos ponerle \$20 pesos porque no hay más dinero, así que solo lo uso para llamadas"
(Mujer, 45 años, hogar sin niñas, niños y adolescentes)

"Tenemos un modular que funciona con USB, ya no agarra la señal de la radio... compramos una bocina, podemos escuchar música, pero, ya no la radio, creo que ya no existe como tal la radio porque hace unos años, desde que compramos la primera bocina, no agarra la señal... mi celular no sé si agarré la radio, la verdad cuando lo compramos no venía la radio"
(Adolescente, 16 años, hogar con adolescentes)

Otro ejemplo de este proceso de dependencia económica para libre acceso de medios y contenidos, es el acceso al periódico, ya que desde hace más de dos años que dejaron de venderlo en la comunidad, debido a la salida de la empresa que los distribuía en una camioneta con altavoces que anunciaba las noticias de mayor relevancia, razón por la cual las personas compraban el periódico con frecuencia.

"Hace como dos o tres años pasaban a vender el periódico por unos señores en camioneta, voceaban las noticias y nos enterábamos, por eso lo comprábamos, ahora sólo en Peto lo venden"
(Mujer, 28 años, hogar sin niñas, niños y adolescentes)

"Yo antes leía el periódico con más frecuencia porque lo vendían acá, pero dejaron de hacerlo, creo que no les funcionó... Ahora lee algo, pero por el teléfono, pero son mayormente noticias sueltas, sólo leo las noticias locales porque no tengo tiempo"
(Mujer, 30 años, hogar con niñas y niños)

Aunado a la dependencia económica, se suma para las personas de este municipio los cortes de la luz eléctrica que son constantes y que llegan a dañar a la señal de televisión por paga, la telefonía celular y el internet móvil como de casa, dejando sin acceso a las personas por horas o incluso por una semana.

"Se fue la luz... a lo mejor tarda un rato, ojalá que no nos pase como la otra vez, tardó una semana en regresar, mientras no puedes

***enterarte de nada, ni ver la tele... mira así se queda sin señal sólo la
estática... siempre es así...checa tus datos ni siquiera tienes...
también falla la antena del teléfono, luego solo algunos mensajes
puedes enviar por WhatsApp, pero no carga ni el Face”
(Mujer, 29 años, hogar con niñas y niños)***

En cuanto al acceso gratuito y público del internet, éste no existe en la comunidad, ya que no cuenta con espacio alguno habilitado que pueda albergar este servicio, por lo que las familias deben de adquirir las recargas, que van desde los \$20 hasta los \$100 pesos, para acceder a los contenidos audiovisuales y a la comunicación telefónica.

***“Acá no hay nada... si lo sabes no sé para qué me lo preguntas, no
hay nada de eso en el pueblo, lo que tienes lo tienes porque lo
trabajas, la presidencia municipal nunca ha puesto internet gratis, ni
lo pondrá, los de Educe intentaron ponerlo, pero no lo hicieron,
aunque sí pusieron la radio no más que sólo funciona un rato los
sábados”
(Hombre, 51 años, hogar con Adolescentes)***

REPRESENTACIONES MEDIÁTICAS

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

Representaciones y estereotipos

Los programas que fueron identificados en la reproducción de las representaciones y estereotipos sobre los pueblos indígenas, por las familias entrevistadas estaban los noticieros de la televisión nacional y local, ya que en ellos daban cuenta de los hechos que pasaban en Tahdziú, donde por lo general se catalogaba a la comunidad como una de las pobres de todo el país y donde habían matado a una niña en 2018. Es importante mencionar que una parte de la comunidad, sobre todo en la población más joven, con mayor nivel de estudio y con más contactos hacia el exterior, mantenían una visión crítica del estereotipo de la pobreza, es decir, ser señalados como “pobres” era ya un término que les incomodaba, mientras que, a otra parte de la población ser señalados como pobres representaba una oportunidad de vida.

Al indagar sobre las noticias y los medios donde se difunden, las personas dijeron en muchas ocasiones no se sienten representados por los reportajes de las noticias locales y nacionales, como las que pasan en Telesur o en el canal 13 TV Televisión Yucatán, debido a que solo señalan una parte de lo que son realmente.

“En las noticias siempre salen cosas del pueblo, dicen que somos pobres, desde hace mucho tiempo... y hemos vivido de la pobreza, si dejamos de ser pobres ¿de qué vamos a vivir?”
(Mujer, 28 años, hogar sin niñas, niños y adolescentes)

“Nuestro pueblo siempre ha sido pobre, antes llegaban más ayuda de gobierno y hasta en la tele salíamos, hoy con lo de la pandemia no

hay nada, la gente tiene que vivir de sus animales... el año pasado íbamos a comer con mi mamá porque ella tiene sus gallinas, ellos nunca se quedaron sin comida, pero nosotros sí porque no tenemos, solo que gana mi esposo y yo con el bordado"
(Mujer, 29 años, hogar con niñas y niños)

"Cuando murió la niña dijeron que éramos un pueblo violento, vinieron los periodistas, pero sólo pasó una vez fue muy feo mis hijos ya no podían dormir... por eso ya nadie habla del tema"
(Mujer, 30 años, hogar con niñas y niños)

Otro tipo de contenido que ha sido identificado por las personas adultas y jóvenes, como un mensaje dirigido a los mayas, pero del cual no se sienten tan representados, aunque están realizados en su lengua, son los que se difundieron para la prevención del SARS-COV-2 y aunque creen que sí ha habido casos en la comunidad ellos sienten que los mensajes si bien ayudan, son lejanos, es decir, para ellos es bueno que tengan el conocimiento de la enfermedad pero, se considera que en el municipio no se ha generalizado. En este sentido no se sienten representados. Aunque, para dos familias les fue útil la información y la tuvieron en cuenta para cuidarse cuando tuvieron la enfermedad.

"Los mensajes nos ayudaron, sobre todo cuando nos dio acá en la casa, porque supimos cómo atendernos y cómo aislarnos, me dio a mí y a mi hermano, así que nos quedamos acá en la casa porque estamos lejos de todos"
(Hombre, 51 años, hogar con adolescentes)

En cuestión de representación, las personas adultas entrevistadas señalan que ellos no son indígenas, sino mayas, es decir, ellos no se ven como indígenas, sino como un pueblo, el pueblo maya. Esto se debe, en gran parte, a las historias que aún subsisten sobre la obtención de la libertad después de la guerra de castas o bien tras el paso del General Salvador Alvarado en la primera década del siglo XX, cuando se logró la obtención de la libertad en la zona sur del estado.

"Nosotros somos mayas, acá no hay indígenas, habrá personas que vienen de otros estados como los de Tabasco, pero esos son dzules (gente de afuera), no son mayas y no son indígenas... creo que nos

***definimos como mayas desde que fuimos libres, nuestros abuelos nos lo contaron que vino la libertad y nunca dejamos de ser mayas”
(Hombre, 39 años, hogar con adolescentes)***

En cuanto a la representación y estereotipos desarrollado específicamente por las radios, las personas entrevistadas reconocieron el papel de las estaciones existentes en sus comunidades, ya que los programas emitidos son los únicos que dan cuenta cómo son en realidad las comunidades mayas y que esto les permiten valorar lo que tienen pues ponen de manifiesto lo que son por medio de sus costumbres y tradiciones.

***“Algunos programas como los de XEPET o los de Radio Ko’ox Tanil, dicen que somos mayas, por eso me gustan porque nos recuerdan lo que somos y hablan de lo que nos pasa a nosotros”
(Mujer, 28 años, hogar sin niñas, niños y adolescentes)***

Buenas prácticas

Las personas entrevistadas, no identificaron representaciones positivas o buenas prácticas hacia los mayas, en los medios de comunicación televisivos, ni los que se desarrollan en plataformas de internet, esto debido a que todo el contenido que consumen de estas plataformas es en español y con fines de entretenimiento o bien para mejorar su trabajo.

***“Nunca he visto algo que sea dirigido a nosotros como mayas, sólo Arux es el que transmite por el Face, o radio Tuklik, pero ellos son más de la radio. Yo sólo veo programas de música, reflexiones de Dios o bien tutoriales de mi trabajo como costurera”
(Mujer, 28 años, hogar sin niñas, niños y adolescentes)***

Las personas solamente mencionaron que en radio XEPET se habían transmitido algunos programas sobre ellos, o bien en Radio Tuklik había una reflexión sobre lo que son y les interesa, pero eran programas muy pequeños que casi nadie escuchaba porque la señal no llegaba bien a toda la comunidad y en el caso de Radio Tuklik la estación en la que transmiten (88.5 de FM) sólo se escuchaba en unas cuantas cuadras y aunque tuviera página de Facebook esta no era utilizada de forma seguida.

“En XEPET pasan programas aún sobre cómo vivimos y qué pasa con lo que es importante para nosotros como la milpa, nosotros por eso

***aún escuchamos la radio, aunque ya es muy poco porque a veces no agarra la frecuencia, es por eso que mayormente escucho ya la música con el celular, mientras ando en el mototaxi”
(Hombre, 36 años, hogar con niñas y niños)***

Propuestas desde la audiencia

Para los adultos y jóvenes de la comunidad, los programas dirigidos a ellos como pueblo maya deberían de ser transmitidos tanto en español como en maya, pero bajo temáticas específicas como: la milpa, las tradiciones, los usos y costumbres, la comida, la situación actual de las escuelas, lo que hace falta en la comunidad, temas que les dan sentido como comunidad y que les permitirá poder generar no solo un buen gobierno sino también mejorar como municipio.

Estos temas propuestos, refieren para las personas de la comunidad, un sentido de pertenencia y apropiación, pues mostrarían lo que realmente son, valorando que son mayas y que tienen una identidad propia como pueblo.

***“Yo preferiría que haya programas en maya y en español que muestren lo que somos y nuestro trabajo, no otras cosas, nosotros trabajamos para vivir”
(Mujer, 23 años, hogar sin niñas, niños y adolescentes)***

***“Los programas deben de decir lo que hacemos, la milpa, los cultivos y cómo nos afecta a todos que no haya lluvia, de preferencia en maya, porque así es más fácil entenderlo”
(Mujer, 30 años, hogar con niñas y niños)***

Percepción de brechas y desigualdades

Entre las brechas que fomentan la desigualdad en materia de acceso a contenidos audiovisuales en medios de comunicación y redes sociales, en el municipio de Tahdziú se encuentran la falta de infraestructura de electricidad adecuada para mantener los servicios de paga como la televisión, la telefonía móvil y el internet ya sea el fijo o el que se adquiere por prepago; la falta de espacios públicos con internet gratuito y la falta de conocimientos técnicos entre la población para el uso y manejo de dispositivos nuevos con capacidad para recibir frecuencias de radio en FM como en AM.

Los fallos en la red eléctrica son muy constantes y en ocasiones se llegan a alargar por una semana, dejando a la comunidad incomunicada o bien con las señales con baja calidad de tal forma que no llegan en toda su potencia a los aparatos receptores como la televisión o el teléfono celular.

"Se fue la luz... ya van dos veces que se va hoy, mira así queda mi pobre tele, luego por eso se echa a perder"
(Mujer, 28 años, hogar sin niñas, niños y adolescentes)

En el municipio, la falta del internet gratuito y de los espacios adecuados para poder ofrecerlos, como las bibliotecas o los centros de cómputos en edificios específicos, es algo que ya lleva muchos años ocurriendo, aunque si es necesario aclarar que en 2003 se construyó en Tahdziú la Plataforma Tecnológica Banamex, la cual albergó un centro de cómputo con servicio gratuito de internet, autores como Montiel (2013) indican que esta plataforma funcionó por muchos años con el auspicio de financiamiento privado como gubernamental.

Para las personas de la comunidad, el abandono de la plataforma ocurrió cuando los gobiernos municipales ya no quisieron definir un presupuesto específico para su mantenimiento por lo que fueron cediendo los espacios a otras instituciones gubernamentales como el Instituto Nacional de Educación para los Adultos y la secretaría de las Mujeres del Gobierno del Estado de Yucatán, ya que ellos corrían con los gastos de mantenimiento de dicho edificio.

"Lo dejaron morir... no quisieron meterle dinero, eso paso desde el 2015, las computadoras y el equipo desapareció, fue para ese entonces que les dijimos a los de EDAC que nos ayudaran a poner los ciber y fue cuando puse el mío, pero al final no se costaba, lo tuve que dejar casi al año porque no dejaba ganancia"
(Hombre, 35 años, hogar con niñas y niños)

En cuanto a la desigualdad en temas de consumo auditivo, se da con la modernización de los equipos, ya que con las bocinas si bien se ganan opciones tecnológicas para escuchar música grabada en dispositivos como el USB, la micro SD o bien el Bluetooth, se ha perdido la señal de radio, tanto las institucionales como XEPET como las comerciales. Esto ha hecho que los más jóvenes consideren que la radio ya no existe como un medio de difusión.

"Ya son muy pocos los que escuchan la radio, solo los que tienen su modular o su radio antigua... yo compré una bocina, pero no se escucha la radio, mis hijos la juegan ahora creo que no sirve"
(Mujer, 30 años, hogar con niñas y niños)

En cuanto a la desigualdad por capacidad económica, las familias entrevistadas coincidieron en que, los precios de los celulares y los montos que tienen que recargar cada semana, hacen que sea muy difícil para ellos poder consumir programas o contenidos de internet, por lo que lo usan para comunicarse solamente con la familia, los amigos y para cuestiones de trabajo, debido a que su tiempo de consumo es de menos de una hora al día si su recarga es de \$20 pesos y de unos 10 días si su recarga es de \$100 pesos, eso si no se le gasta antes el crédito.

"Yo sólo le pongo \$20 pesos a mi cel de recarga, si necesito algo de la escuela de mi hijo, tengo que esperar a que mi esposo regrese para que con su celular lo pueda mandar ya que el de él tiene más datos que yo"
(Mujer, 29 años, hogar con niñas y niños)

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 Tahdziú en Yucatán, se obtuvo información valiosa de los tópicos antes mencionados que permitió al equipo de investigación realizar reflexiones en torno a cómo las audiencias de Tahdziú 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 los hogares participantes de Tahdziú, es limitada y dificulta la recepción de señales de televisión abierta e internet inalámbrico, por lo que los hogares optan por consumir contenidos a través de otros medios como la televisión de paga, internet satelital, telefonía celular y radio.

Asimismo, se pudo percibir que una de las principales barreras para la recepción de señales es la inconsistencia del servicio de electricidad; que registra numerosos apagones a lo largo del día.

En cuanto a **HÁBITOS DE CONSUMO**, se encontró que los contenidos más vistos en televisión pertenecen a los géneros de telenovelas, noticiosos, cómicos y películas. Especialmente a través de señales de televisión paga.

Del mismo modo se identificó, que las principales funciones atribuidas a la televisión son las de entretenimiento, acceso a la información y obtención de aprendizaje en relación a problemáticas de la vida cotidiana, como tomar medidas de seguridad en la calle.

En cuanto al consumo de contenidos radiofónicos, se observó que este se encuentra limitado debido a la baja disponibilidad de dispositivos para sintonizar estas señales en los hogares participantes. Asimismo, se identificó que estos optan por consumir contenidos a través de bocinas

portátiles. Vale la pena remarcar que el uso de la radio tiene la función de entretenimiento a través del consumo de contenidos musicales.

En cuanto al consumo de contenidos a través de internet, se encontró que Tahdziú no cuenta con sitios de acceso público, a pesar de esto, el consumo de internet de los hogares participantes se mantiene, especialmente en redes sociales como YouTube y Facebook. Teniendo las funciones de entretenimiento, acceso a la información y de interacción social.

Por ejemplo; algunos hogares utilizan el acceso a internet para llevar a cabo actividades laborales y académicas, o para ayudar a las niñas y niños en sus responsabilidades escolares.

Además de las funciones descritas en párrafos anteriores, los resultados mostraron dinámicas de **APROPIACIÓN DE CONTENIDOS**; brindando las herramientas de acceso, aprendizaje, creación y difusión de la música de en lengua Maya; coadyuvando a la preservación de su cultura. Asimismo, cumplen la función de fuente de empleo al detectarse su uso para adquirir habilidades laborales y como medio publicitario para comercializar sus productos.

De forma específica, destacó el papel de la radio al emitir contenidos en lengua maya, promover la cultura de Tahdziú y crear y difundir contenidos tradicionales. Asimismo; una de sus principales funciones fue difundir protocolos de salud, como los que surgieron a raíz de la pandemia por COVID-19.

Con respecto a las **REPRESENTACIONES MEDIÁTICAS**, se identificó que las audiencias participantes pudieron identificar la reproducción de estigmas y estereotipos en algunos de los contenidos que consumen. En especial aquellos en los que se les asocia a la pobreza. Asimismo, destaca que identifican el termino indígena como despectivo por el tratamiento que se le ha dado al mismo.

Del mismo modo se identifican buenas prácticas, en especial, en la radio comunitaria. A la que perciben como el medio mas real, capaz de fortalecer la identidad y crear contenido en lengua Maya. Lo anterior promueve su sentido de pertenencia, su relación con este medio y su percepción de representación positiva.

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

- Bartolomé, M. (1992). La dinámica social de los mayas de Yucatán. Colección Presencias. México: CONACULTA/INI.
- Concepto. (2021). Lengua Maya. Disponible en: <https://concepto.de/lengua-maya/>
- Data México. (2021). Tahdziú: municipio de Yucatán. Disponible en: <https://datamexico.org/es/profile/geo/tahdziu>
- García-Rejón, M. (1988). Etimologías mayas: los nombres de varias poblaciones yucatecas, algo sobre su origen / estudio por Manuel Rejón García (Marcos de Chimay). Imprenta Gamboa Guzmán: México.
- Grupo SIPSE. (2021): Yucatán: Tahdziú tiene la población más joven de Yucatán; Cansahcab, la "más vieja". Disponible en: <https://sipse.com/novedades-yucatan/noticias-noticias-de-hoy-yucatan-tahdziu-cansahcab-poblacion-joven-vieja-inegi-censo-conapo-390788.html>
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía, (INEGI). (2020). Censo de Población y Vivienda 2020. Microdatos - Principales resultados por localidad. Disponible en: <https://www.inegi.org.mx/programas/ccpv/2020/#Microdatos> (Consultado el 3 de octubre de 2021).
- Instituto Nacional de Lenguas Indígenas. (2020). Catálogo de lenguas indígenas nacionales. Disponible en: <https://www.inali.gob.mx/clin-inali/>
- Instituto Nacional de los Pueblos Indígenas. (2020). Mayas-etnografía. Atlas de los pueblos indígenas de México. Disponible en: <http://atlas.inpi.gob.mx/mayas-etnografia/>
- Instituto Nacional de los Pueblos Indígenas. (2020). Mayas-lengua. Atlas de los pueblos indígenas de México. Disponible en: <http://atlas.inpi.gob.mx/mayas-lengua/>
- Montiel, K. (2013). Cambio y continuidad de la estructura social e institucional comunitaria a la luz de las dinámicas sociales creadas a partir de la implementación de proyectos de desarrollo. El caso del municipio de Tahdziú, Yucatán (Tesis de Licenciatura). Universidad de Yucatán: México.
- Registro Agrario Nacional. (2021). Padrón e historial de núcleos agrarios. Disponible en: <https://phina.ran.gob.mx/buscarNucleoAgrario.php>