



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA
DE MÉXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

“SITUACIÓN ACTUAL, PROBLEMAS Y PERSPECTIVAS DE
LA RADIO EN EL ISTMO DE TEHUANTEPEC, OAXACA
(MUNICIPIO DE JUCHITÁN DE ZARAGOZA, 1998)”

T E S I S

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN

P R E S E N T A:
JUANITA ARCELIA TOLEDO SÁNCHEZ

ASESORA: FLORENCE TOUSSAINT ALCARÁZ

MEXICO, D. F.

2000



283336



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

*...aprendieron los hombres y mujeres verdaderos
a darle valor grande y poderoso a la palabra hablada,
al sonido del pensamiento.
Aprendieron que la noche encierra muchos mundos
y que hay que saber escucharlos
para irlos sacando y floreciendo.
Con palabras nacen los mundos
que la noche tiene.*

Viejo Antonio

***A mis padres,
y hermanos,
con amor.***

***A mis abuelos,
Con respeto.***

***A mis amigos,
Con cariño.***

***A las mujeres sureñas,
en especial, las zapatistas,
con admiración.***

AGRADECIMIENTOS

En este espacio agradezco el apoyo brindado por todos aquellos que colaboraron de distintas maneras en la realización de esta tesis, producto de esfuerzos conjuntos, que entregaron desinteresadamente, cada cual a su manera la parte correspondiente.

A mis padres, quienes con su apoyo y motivación colaboraron en la terminación de esta primera etapa, que de alguna manera es parte de mí y de ellos. A mis hermanos por su paciencia y generosidad, a Antonio por su colaboración,, comprensión y amor, a Gonzalo Puente y Arcelia Sánchez Negroe, por su ayuda.

A la Universidad Nacional Autónoma de México que me brindó las enseñanzas para forjar el camino hasta aquí recorrido. A los profesores, en especial a la Dra. Florence Toussaint por su asesoría, así como todos aquellos maestros que colaboraron con sus señalamientos a esta investigación y a mi formación académica.

Quisiera dirigirme a los amigos, quienes con su motivación, empuje, compañerismo alentaron el presente estudio en todo momento.

Por último, agradezco al pueblo istmeño, a los representantes radiofónicos regionales, por haberme facilitado las condiciones apropiadas en la realización del trabajo.

GRACIAS.

ÍNDICE

| | página |
|--|--------|
| INTRODUCCIÓN | 1 |
| I. La radio como medio masivo de comunicación. | |
| 1.1 Definición y Generalidades Teóricas | 5 |
| 1.2 Funciones de la Radio | 8 |
| 1.3 Emisoras Radiofónicas | 10 |
| 1.3.1 Radio Concesionada | 11 |
| 1.3.2 Radio Permisionada | 14 |
| 1.3.2.1 Radio Gubernamental | 15 |
| 1.3.2.2 Radio Universitaria | 19 |
| 1.3.2.3 Radio Indigenista | 19 |
| 1.3.2.4 Radio Comunitaria | 21 |
| 1.3.2.5 Radio Libre | 25 |
| ii. Situación Actual del Estado de Oaxaca | |
| 2.1 Pobreza y Marginación | 62 |
| 2.2 Estadísticas | 77 |
| 2.2.1 Población hablante de la Lengua Indígena | 78 |
| 2.2.2 Índice de alfabetización | 80 |
| 2.3 Consumo de Medios | 82 |
| 2.3.1 Números de Radiodifusoras por grupos en el estado de Oaxaca. | 87 |
| 2.3.2 Otros medios. | 93 |
| 2.4 Situación política en el estado de Oaxaca | |
| Elecciones de agosto de 1998. | 95 |

| | | |
|-------------|---|-----|
| III. | Juchitán de Zaragoza: lugar de las flores blancas | |
| 3.1 | Descripción | 100 |
| 3.2 | Historia | 102 |
| 3.3 | Economía | 104 |
| 3.4 | Cultura | 109 |
| 3.5 | Educación | 119 |
| 3.6 | Megaproyecto del Istmo de Tehuantepec | 124 |
| | | |
| IV. | La Radio en el Istmo de Tehuantepec, Oaxaca | |
| 4.1 | Corporación Radiofónica Oaxaqueña (CORO) | 130 |
| 4.2 | Emisoras del Istmo de Tehuantepec | 140 |
| 4.3 | Encuesta aplicada en el municipio de Juchitán | 155 |
| | | |
| V. | Propuesta de Radio para impulsar el desarrollo cultural, educativo y social en Juchitán de Zaragoza, Oaxaca. | |
| 5.1 | Objetivo | 185 |
| 5.2 | Aspectos Sociales, políticos y culturales | 186 |
| 5.3 | Aspectos Operacionales | 190 |
| 5.4 | Taller de Radio: Producción y Electrónica | 192 |
| 5.5 | Aspectos Técnicos | 198 |
| 5.6 | Aspectos Legales | 202 |
| | | |
| | CONCLUSIONES | 205 |
| | APÉNDICE | |
| | • Marco Legal de la Radio | 210 |
| | • Ley Federal del Derecho de Autor | 216 |
| | • Gráficos de la encuesta realizada | 221 |
| | | |
| | BIBLIOGRAFÍA | 244 |
| | HEMEROGRAFIA | 245 |

INTRODUCCIÓN

La comunicación es un factor esencial en el proceso de desarrollo de las sociedades; dentro de ésta se encuentran los medios masivos, los cuales han jugado un papel importante y decisivo en la conformación de la sociedad moderna, por lo cual no se puede soslayar el estudio de las implicaciones de dichos medios en las esferas políticas, sociales, económicas, culturales y educativas del país, mismos que se han convertido en elementos dominantes en la interacción del hombre con su medio ambiente social.

Se debe considerar que los medios masivos emergen en una sociedad industrializada y también en vías de la cual se caracteriza por una constante evolución en los aspectos tecnológicos, políticos, económicos y culturales, éstos abren no sólo nuevos espacios para la comunicación, sino también nuevas formas de uso.

A partir de lo anterior, se puede proponer una clasificación que concretiza su carácter plural: comunicar-conectar, comunicar-informar y comunicar-compartir. La primera, expresa la conexión que se establece entre sujetos, objetos y/o sucesos y de éstos entre sí. La segunda, muestra un nivel básico en el que se establece un contacto entre sujetos y de éstos, por medio de objetos. Y la última, establece un nivel superior a partir del cual se da una interacción humana con relación a compartir hábitos, rituales, códigos, símbolos, cultura, etc., por medio de un compromiso establecido.

Ante eso surgen distintos problemas a los cuales se enfrentan los medios de comunicación, sobresalen los parámetros de impersonalidad y heterogeneidad en la producción y distribución de información y cultura, ligados a la industria de mercado a través de la dependencia del trabajo, la tecnología y el financiamiento económico.

Juchitán es un pueblo lleno de historia, tiene a sus propios héroes, hazañas y rebeldías. Se ha caracterizado por tener una opinión propia ante los triunfos y los fracasos de la República. Cuenta con características propias a nivel regional, como la

organización, la unidad, la lengua, la solidaridad, el trabajo productivo, el papel de la mujer en los distintos sectores, la lucha cultural por preservar sus tradiciones, la producción artística, los esfuerzos políticos por lograr una autonomía municipal, así como una amplia participación política en la comunidad.

En este contexto debemos ubicar la presente investigación.

El capítulo 1 aborda, desde las perspectivas teóricas, el medio radiofónico, así como sus principales funciones. Posteriormente se exponen los diferentes tipos de emisoras radiales, enfocándonos al estudio de la radio permitida. Como es sabido de esta clasificación se desprenden varias ramas: radio universitaria, radio indigenista, radio comunitaria, radio oficial y radio libre.

El capítulo 2 da cuenta de la Situación Actual que prevalece en el estado de Oaxaca. Se exponen los resultados estadísticos realizados por el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI) sobre distintos rubros como son la alfabetización, el idioma, índice de natalidad y mortalidad. A su vez, se da un contexto sobre la situación del consumo de medios a nivel nacional para, posteriormente, estudiar el aspecto regional y local. En este último se menciona, brevemente, las emisoras radiofónicas que prevalecen en la región istmeña, mismas que serán abordadas con más profundidad en el capítulo 4.

De la misma manera se informa sobre la situación de pobreza y marginación, así como el contexto político actual en el estado oaxaqueño. Todo esto con el fin de crear en el lector un panorama socioeconómico y político de la región y, específicamente, del municipio de Juchitán, donde se expondrán los problemas que afronta esta población.

Es preciso mostrar los aspectos históricos, culturales, económicos y educativos de la localidad. De este modo, el tercer capítulo nos ubica dentro de este esquema de la región del Istmo de Tehuantepec y, particularmente, el municipio juchiteco.

El capítulo 4 nos adentra al objetivo de la investigación, exponer la situación de la radio en la región. Así pues se informa sobre el principal grupo radiofónico de la zona, Corporación Radiofónica Oaxaqueña (CORO), agrupación que alberga la mayor cantidad de emisoras radiales. Después, nos enfocaremos al estudio de las siete radiodifusoras regionales, de las cuales sólo una pertenece al Estado, dirigida por el Instituto Mexicano de la Radio (Imer). Ante esto fue necesario conocer la opinión de la población, conocer los aspectos sociales, políticos, el nivel económico, educativo de ésta, cuyo sustento serviría para poder entender y analizar los gustos, preferencias y exposición a la radio.

Por último, con base a la investigación realizada, el quinto apartado propone el establecimiento de una emisora radial con carácter comunitario, que sirva para impulsar el desarrollo cultural, educativo y social en Juchitán. Se contemplan los aspectos básicos para la creación, el sostenimiento tanto económico, como social, los aspectos operacionales: taller de radio donde se contempla la enseñanza básica de los temas referentes a la instalación y sostenimiento de una estación de radio de y para la comunidad.

La metodología se basó en una primera instancia en el estudio documental, con recopilación de aquellos datos específicos que sirvieran para el sustento teórico de la investigación como: conceptos, tipos, funciones, generalidades en torno a la radio. Posteriormente se ejemplifican casos de participación de radio comunitaria y/o libre en México.

El contexto económico, educativo, poblacional se basa en las cifras extraídas del INEGI. Por su parte, en el ámbito cultural fue preciso consultar bibliografía que estudiará el lugar geográfico que resguarda nuestra investigación, Juchitán de Zaragoza, Oaxaca. En cuanto al aspecto político, la investigación se ubicó en la indagación hemerográfica para conocer el gobierno prevaleciente, así como los resultados y condiciones de las pasadas elecciones estatales.

Al tener el panorama teórico se realizó la investigación de campo, con métodos como la encuesta aplicada a la comunidad juchiteca y, en general, a la comunidad istmeña. Se realizaron diversas entrevistas a los actores principales de las radios que abarcan el Istmo de Tehuantepec, para conocer de su propia voz, cada una de estas emisoras. Al mismo tiempo se dio la observación propia de los habitantes del lugar, comportamiento, lenguaje, así como las condiciones de vida que prevalecen.

Al tener el panorama teórico se realizó la investigación de campo, con métodos como la encuesta aplicada a la comunidad juchiteca y, en general, a la comunidad istmeña. Se realizaron diversas entrevistas a los actores principales de las radios que abarcan el Istmo de Tehuantepec, para conocer de su propia voz, cada una de estas emisoras. Al mismo tiempo se dio la observación propia de los habitantes del lugar, comportamiento, lenguaje, así como las condiciones de vida que prevalecen.

CAPITULO I

1. LA RADIO COMO MEDIO MASIVO DE COMUNICACION.

1.1 DEFINICIÓN Y GENERALIDADES TEORICAS.

La palabra Radio es una forma prefija del latín *radius*, que significa "rayo de luz", de ahí que pueda ser tomada como apócope de la palabra "radiodifusión". Se entiende por radiodifusión "la acción de difundir un acto sonoro por medio de la radiotelefonía [radio= rayo de luz/ tele= lejos/ fonía =sonido], aunque se da este nombre al hecho indicado, pero determinado ya su específico carácter de medio exclusivamente sonoro que mediante la palabra, la música o el ruido, solos o combinados entre sí, produce la comunicación auditiva de información, de esparcimiento, de educación o de todo ello, en el público oyente".¹

La radio, conforma un sistema de transmisión de uno o varios mensajes a un público numeroso, disperso dentro de una sociedad y/o un país heterogéneo; además de caracterizarse por su capacidad de extensión, por su interpretación de la realidad, así como el suministro informativo, cuyo objeto es promover la participación del público en la sociedad, asimismo, coopera con el sistema económico mediante la transmisión de mensajes publicitarios, colabora en el entretenimiento y la cultura popular. Por ello, en esencia, es su capacidad de extensión y sus contenidos los que definen a la radio como un medio de comunicación masiva.

A diferencia de la televisión, el cine, el teatro o la prensa, la radio cuenta con la facultad de ser escuchada mientras se está realizando cualquier actividad, a la vez atienden la transmisión de sus contenidos radiales, pues no requiere fijar la vista en el aparato. Por esto se le considera como un buen auxiliar del trabajo productivo (labores domésticas, manuales, intelectuales y/o agrícolas).

¹ Ignacio De la Mota, Diccionario de la Comunicación, Televisión, Publicidad, Prensa, Radio, t.2, 1988

Asimismo, la radio es un medio que interactúa entre individuos y/o comunidades, pues además de emitir contenidos musicales o noticiosos, transmite avisos, peticiones, ofrecimientos de ayuda, reclamaciones, consejos, relatos, opiniones, etc. Su sencillez técnica permite su accesibilidad a todo usuario con la facultad de ser sintonizado prácticamente en cualquier lugar.

Desde el punto de vista de sus contenidos, la programación es susceptible de perfeccionarse en la medida en que se conocen las preferencias de la audiencia; los dos elementos principales en su contenido son la música y la palabra, o bien la combinación de ambos; ellos retoman características particulares al ser adaptados en la difusión, por ejemplo: radio-teatro, radio-novela, entrevista, reportaje y otros géneros periodísticos y literarios.

La radio es un medio de comunicación cuya actividad ha dado lugar a estudios. Es el medio de mayor penetración en diferentes sectores de la sociedad, en nuestro país existen "11,059,378 radio hogares por 4,913,286 tele hogares" ²; el más adecuado en la formación educativa en los países tercermundistas, que dentro de sus obligaciones tiene el proporcionar cultura e información; sin embargo, la mayoría de las emisoras se han dedicado a la comercialización de productos.

Así pues, la radio constituye, sin lugar a dudas, el medio más popular y extendido. Su cobertura es mayor respecto a otras formas de comunicación (televisión, prensa y otros), debido al bajo costo, así como las características propias, puestas al alcance de un alto porcentaje de población, desde regiones apartadas y de difícil acceso, hasta las grandes ciudades.

² Ma. Antonieta Rebeil Corella, et.al. Perfiles del cuadrante, p.15

Sin embargo, el medio radiofónico es, también, "un complejo tecnológico que pone en contacto, por lo menos, a dos sujetos: emisores y receptores. La radio es un medio de comunicación de imágenes sonoras que pueden transmitir tanto grabaciones realizadas en el pasado como ejecuciones 'vivas', es decir, que se escuchan en el momento mismo de su ejecución".³

En la radio, el emisor lo constituyen todas aquellas estaciones que utilizan la radiodifusión para enviar a distancia señales por medio de ondas, que contienen caracteres sonoros traducidos en información y/o música.

En tanto, el receptor, en términos generales, alberga a la masa de público normalmente anónimo y heterogéneo que escucha los contenidos de las estaciones. Los receptores son muy semejantes entre las estaciones de radio, ya que se manejan: noticieros, programas de interés general (entrevistas, programas políticos, financieros, sociales, culturales, religiosos, etc.), comedias, radionovelas, espectáculos, programas musicales de todo tipo.

Cabe mencionar que en contextos populares y comunidades estatales, la radio se convierte en un vehículo educativo, propagandístico, de concientización u organización en esferas políticas, informativas o artísticas.

De este modo, la radio "afecta íntimamente a la mayoría de la gente, de persona a persona, pues ofrece un mundo de comunicación inexpresada entre escritor-locutor y oyente, constituyendo el aspecto inmediato radiofónico: la experiencia propia y particular".⁴

³ cfr. UAM-Xochimilco e Imer. El Sonido de la Radio, p.28

⁴ Marshall McLuhan. La comprensión de los medios como las extensiones del hombre. p.366

Se inscribe en la vida cotidiana de la comunidad, en donde se realizan las transmisiones de una manera discreta, pero constante, cuya programación es continua durante el tiempo que cada emisora disponga para transmitir.

1.2 FUNCIONES DE LA RADIO.

En lo referente a su *función política* tenemos que por sus características de penetración e inmediatez, "el Gobierno utiliza la radio como vehículo transmisor de ideas sobre política social, cultural, económica, etc. con una búsqueda de la integración nacional. Las principales funciones que el Gobierno Federal desarrolla a través de la radio son: transmisión de ideas y mensajes con una línea ideológica establecida, la búsqueda de pluralidad mediante espacios destinados a la difusión de las plataformas políticas de los distintos partidos, procurando el beneficio de las mayorías por encima del particular".⁵

La *función cultural*. Desde su surgimiento, en nuestro país, la radio ha estado sujeta a constantes discusiones teóricas, técnicas y hasta legales, que cuestionan su utilización; por un lado, para fines de lucro de empresarios y, por otro, para utilidad social. En el año de 1943, el Secretario de Educación Pública, Jaime Torres Bodet, afirmó sobre la radio: "Se espera que se realicen radiodifusiones que alternen conciertos y conferencias... resúmenes de historia, con recomendaciones agrícolas e industriales a los cultivadores y a los obreros...lecciones de civismo, de ética y de instrucción...".⁶

Posteriormente, surge uno de los primeros programas cuyo fin era proyectar la cultura nacional, "La Hora Nacional", en el cual se tiene la presencia constante del Gobierno en la radio mexicana, al enlazar a todas las estaciones. Sus objetivos son: "establecer un canal de comunicación social del Gobierno Federal, reforzar los vínculos de unidad en el contexto de la identidad nacional, fortalecer el sentido cívico y de

⁵ Ma. Teresa Torres Vázquez. Monografía de un medio de comunicación estatal: Imer 1983-1993, p. 42

⁶ Juan Leyva Cruz. Política y Comunicación Social. La Radio en México 1940-1946, p. 33

responsabilidad en los mexicanos, proporcionar orientación, educación y entretenimiento a la población".⁷

La *función informativa*. El artículo 77 de la Ley Federal de Radio y Televisión apunta "Las transmisiones de radio y televisión, como medio de orientación para la población del país, incluirán en su programación diaria información sobre acontecimientos de carácter político, social, cultural, deportivo y otros asuntos de interés general nacionales e internacionales".⁸ La labor informativa ha adquirido modalidades en radio como: noticiario y programas de opinión.

El desarrollo de la radiodifusión estatal ha sido lento, pues hasta los últimos años, con el apoyo federal, algunas entidades han logrado contar con emisoras propias. "Los noticiarios transmitidos en las emisoras estatales, son de dos tipos: 1. los producidos en el Distrito Federal y transmitidos en las estaciones de provincia y 2. aquellos que informan sobre sucesos locales, que a su vez se dividen en: previos o posteriores a las emisiones generadas en el D.F., los elaborados en la propia emisora con información nacional o internacional y la producción de programas de análisis y de información especializada".⁹

Por último, la *función programática*, donde "las emisoras estatales tienen dos modelos esenciales de inserción en el aparato gubernamental: las adscritas a la administración central de los gobiernos estatales y las que se ubican en organismos centralizados. Se tiene el interés de elaborar programas que corresponda a las necesidades y gustos de los sectores populares".¹⁰

⁷ op. cit. p. 45

⁸ Raúl Cremoux. La Legislación Mexicana en Radio y Televisión. p. 70

⁹ *ibidem*, p.49

¹⁰ op. cit. p. 51

1.3 EMISORAS RADIOFONICAS.

Los tipos de emisoras se diferencian según su programación y sus objetivos de producción dentro de un marco legal para operar. Dicho marco establece, jurídicamente, las actividades de radio en la sociedad donde cada emisora transmite. Podrían considerarse como: legales e ilegales, mismas que deben acatar lo que su posición indica.

Emisoras no reguladas legalmente.

Es preciso señalar las radios que están fuera de regulación, es decir, aquellas que operan ilegalmente dentro del contexto radiofónico, las cuales han jugado un papel político importante en la población donde surgen. Entre ellas tenemos las emisoras Insurgentes, Piratas, Libres y las Fronterizas.

Las emisoras que aquí denominamos como *Insurgentes*, tienen como principal característica la participación en luchas armadas, revolucionarias o guerrilleras; claro ejemplo lo constituyen Radio Rebelde, en Cuba, Radio Sandino, en Nicaragua, Radio Venceremos, en El Salvador, etc.

Sin embargo, las emisoras Insurgentes actúan como tal hasta que el movimiento armado que las sustenta llega al poder, a partir de ese momento, se convierten en voz oficial del gobierno.

Radiodifusoras "*Piratas*" y *Libres*: son aquellas cuya posición hacia el marco institucional que pretende regularlas es hostil. En Europa la emisoras libres se nombran así, después de haber obtenido el permiso para transmitir, sin embargo pueden o no mantener la misma programación que las radios piratas; de esta manera, la diferencia esencial, de éstas últimas, es la clandestinidad, el no contar con legalidad para operar. Sin embargo, en México, las radios libres y piratas no están reguladas legalmente. Por último, las emisoras *Fronterizas*, acatan y promueven los estatutos jurídicos del país

desde donde transmiten, pero infringen los del país donde son escuchadas (Radio Martí, cuya transmisión es de Miami hacia Cuba). Su legitimidad dependerá de las negociaciones diplomáticas apegadas al Derecho Internacional.

Emisoras Legales.

Dentro de las radios legales, encontramos dos formas opuestas según sus objetivos de programación: las concesionarias, cuyo objetivo principal es obtener ganancias económicas (radio comercial) y las permitidas, donde sus contenidos son políticos, educativos y culturales (radio no comercial).

Según la Ley Federal de Radio y Televisión existen cinco tipos de estaciones: comerciales, oficiales, culturales, experimentales y escuelas radiofónicas.¹¹ Las principales modalidades que constituyen a la radio en México son: la radio comercial en ciudades y regiones; la radio estatal y regional, la radio universitaria; la radio indigenista, la radio experimental y las de participación o comunitaria.

Como se mencionó, dichas emisoras se distinguen unas de otras, debido a los objetivos de producción sometidos a la ley vigente en materia de radiodifusión. En México, dicha ley determina que las emisoras pueden ser de distinta naturaleza, pero esencialmente dos: las radios comerciales y las radios culturales o no comerciales.

1.3.1 RADIO CONCESIONADA.

Las emisoras comerciales obtienen del Gobierno Federal la concesión de una banda de transmisión para operar dentro del sistema de la libre empresa, es decir, son libres para obtener ganancias de sus transmisiones, aunque no deben transgredir lo que la ley dispone al respecto. Dichas emisoras pertenecen a medianos y grandes empresarios, su financiamiento, así como las ganancias obtenidas, provienen de la venta

¹¹ cfr. Ley Federal de Radio y Televisión en su artículo 13

de sus tiempos de programación a diversas empresas que ofrecen consumo de productos, bienes y/o servicios, promoción de piezas musicales, avisos publicitarios o por el patrocinio de programas, principalmente informativos. Esto se ha convertido en una fuente importante de ingresos para las estaciones radiofónicas y de obtención de recursos materiales y económicos.

Las radios comerciales, muchas veces se ven obligadas a contemporizar con los intereses de sus clientes y a halagar los gustos más fáciles de su público. Para ello contratan o realizan estudios de mercado que les permitan conocer los hábitos de comportamiento de su auditorio, basados, únicamente, en estudios de medición de audiencia.

Dado que la investigación que nos compete es un estudio sobre la situación de la radio en Juchitán, Oaxaca, cabe enlistar las radiodifusoras comerciales que existen en el estado, con el fin de presentar el panorama al lector.

| SIGLAS | NOMBRE | FRECUENCIA | POTENCIA (Watts) | UBICACION | GRUPO / REPRESENTANTES | AÑO DE FUNDACION |
|--------|-------------------------|------------|-----------------------|--------------------|---|------------------|
| XHUAT | "ESTEREO HUATULCO" | 103.1 MHz | 5000 | Bahías de Huatulco | Crystal Coima Somer, S.A | |
| XECA | "RADIO EXITOS" | 1,430 KHz | 1000 | Ixttepec | Promosat de México SA Gerente: Humberto López Lena Jr. | 1960 |
| XEQF | "RADIO LOMA" | 750KHz | 5000 | Loma Bonita | Promosat de México, SA Gerente: Luciano Sánchez Gama | 1979 |
| XEYG | "RADIO SEIS 60" | 660 KHz | 1000 | Matías Romero | Promosat de México, SA Gerente: Humberto López Lena | 1970 |
| XEAX | "RADIO ACTUALIDADES" | 1,270 KHz | 5000 día 500 noche | Oaxaca | Radio, SA Gerente: Alberto Márquez Rodríguez | 1941 |

| | | | | | | |
|-------|----------------------|-----------------------|-------|-------------------|--|------|
| XECE | "RADIO HIT 12-40" | 1240 KHz (Estéreo) | 2500 | Oaxaca | Promosat de México, SA. | 1964 |
| XEIU | "SPAZIO" | 990 KHz (Estéreo) | 2500 | Oaxaca | Grupo ACIR Nacional, SA | |
| XEKC | "STÉREO EXITOS" | 1460 KHz | 5000 | Oaxaca | Cadena OIR (Radiodifusión Nacional) Concesionario. Promotora de Radiodifusión del Sureste. SA de CV | |
| XHKC | | 1009 MHz | 3000 | Oaxaca | Cadena OIR (Radiodifusión Nacional) Concesionario: Promotora de Radiodifusión del Sureste , SA de CV | |
| XEPRO | "Sonido Z " | 710 KHz | 5000 | Oaxaca | Cadena OIR Conces.: Promotora de Radiodifusión del Sureste SA de CV | 1963 |
| XEZB | "Radio Oro" | 1,120 KHz | 1000 | Oaxaca | Crystal Cima Somer SA Conces : Alberto Márquez Rodríguez Organización Radiofónica de Oaxaca | 1971 |
| XHIU | "Spazio" | 105 7 MHz | 3000 | Oaxaca | Grupo ACIR Nacional SA Conces.: Radio XEIU, SA de CV | 1995 |
| XHNR | "FM Tú" | 98.5 MHz | 15000 | Oaxaca | Radio, SA Conces.: Alberto Márquez Rodríguez Organización Radiofónica de Oaxaca | 1977 |
| XHOCA | "Mix" | 89 7 MHz | 50000 | Oaxaca | Grupo ACIR Nacional SA | |
| XEPNX | "RADIO COSTA" | 920 KHz | 1000 | Pinotepa Nacional | Promosat de México, SA Conces : Humberto López Lena | |
| XEPX | "La Voz del Angel" | 650 KHz | 5000 | Puerto Angel | Radio, SA Conces.: Julio Jalil Tame Radio Angel, SA | 1977 |
| XEACC | "La Voz del Pueblo" | 870 KHz | 5000 | Puerto Escondido | Difusoras Unidas Independientes, SA Conces.: Miguel Olvera Monroy Radio Angel, SA | 1978 |

| | | | | | |
|--|----------|-------|-------------------|--|------|
| XHEDO "Estéreo Esmeralda" | 94.1 MHz | 15000 | Puerto Escondido | Crystal Cima Somer, SA Conces. Radio Antequera, SA de CV | 1992 |
| XEPOR "La Explosiva" | 890 KHz | 1000 | Putía de Guerrero | MegaRadio Nacional SA de CV Conces. Luis Mendiola Codina | 1991 |
| XETLX "La Poderosa Radio Tlaxiaco" | 1040 KHz | 1000 | Tlaxiaco | Radiodifusoras Asociadas, SA RASA. Conces. Fernando Laris Rodríguez | 1992 |
| XEUH "La Inolvidable" (Transmisión simultánea por satélite) | 1320 KHz | 1000 | Tuxtepec | Radiodifusoras Asociadas, SA RASA. Conces. Teresa Bravo Sobrón Dir. Gral. Sóstenes Bravo Rodríguez | 1965 |
| XEXP "La Super Buena" (Transmisión simultánea por satélite) | 1150 KHz | 5000 | Tuxtepec | Radiodifusoras Asociadas, SA RASA. Conces. Sóstenes Bravo Rodríguez | 1964 |

1.3.2 RADIO PERMISIONADA O NO COMERCIAL.

En México se identifica bajo el nombre de permisionadas o culturales a las estaciones no comerciales que la ley reconoce como radio estatal o regional, oficial, cultural, radio experimental o de participación, escuelas radiofónicas, radio indigenista, radio universitaria o de cualquier otra índole que requieran de autorización (permiso) para su funcionamiento. Las emisoras culturales existen para prestar un servicio público sin fines de lucro. Estas emisoras son patrocinadas, generalmente, por el Gobierno Federal, los gobiernos de los estados, los municipios, universidades y otras instituciones educativas oficiales, las cuales están subvencionadas por dichas entidades. Su fin es la promoción y desarrollo de la cultura, la educación y el entretenimiento.

Estas radiodifusoras tienen como fin la promoción y desarrollo de la cultura, la educación y el entretenimiento, su contenido debe educar e informar a la audiencia. Su trabajo debe realizarse de forma amena, para capturar a las mayorías que están acostumbradas a encontrar en la radio un medio sencillo de entretenimiento.

En México se ocupan de la cultura por radio, emisoras que dependen de la Secretaría de Gobernación, de la Secretaría de Educación Pública y de las universidades o centros de educación superior.

Dentro de la radio cultural o permitida, como se mencionó anteriormente, existen diversos tipos de radiodifusoras: oficiales (estatales o regionales), indígenas, universitarias y comunitarias. Estudiemos brevemente las variantes de la radio permitida.

1.3.2.1 RADIO GUBERNAMENTAL

RADIO ESTATAL.

Cabe señalar que entre las emisoras estatales, se encuentran aquellas que son operadas directamente por los gobiernos de las entidades federativas, estados o por ayuntamientos municipales. Estas emisoras tienen propósitos semejantes a las que se encuentran en manos del Gobierno Federal y orientan gran parte de sus esfuerzos a cubrir aspectos específicos o demandas de comunicación y de servicio característicos de los lugares (estados o municipios) donde se ubican.

Las emisoras estatales son, en ocasiones, una respuesta a las expectativas del pueblo y llegan a adquirir un corte alternativo, cuando se convierten en tribuna para la comunidad y cuando plantean una programación que contribuya a fortalecer sus valores culturales. Sin embargo, se necesita conocer al auditorio de la zona de cobertura, inmerso en la complejidad de su contexto histórico, socioeconómico, político y cultural para que el medio realmente sirva a la población.

"El auge de la radio no comercial se dio de 1970 a 1892, durante este periodo sobresalieron las emisoras que crecieron al amparo de instituciones de educación

superior del país, no obstante, el desarrollo ha sido insuficiente ante la abrumadora presencia de la radio comercial, con recursos técnicos y económicos".¹²

Su principal propósito es "prestar un servicio público" (educativo, informativo, de orientación o de entretenimiento). Estas emisoras suelen ser administradas y operadas por el Gobierno Federal, así como por los gobiernos estatales y municipales.

En la radio Estatal tenemos distintos modelos que varían en los tipos de estaciones:

"1. Las radiodifusoras dependientes de alguna instancia gubernamental, es el caso de Radio Educación, en la Ciudad de México, que depende de la Secretaría de Educación Pública.

2. Las estaciones dependientes de los gobiernos de los estados, de las cuales, algunas, forman parte de sistemas estatales de comunicación social. Por otro lado, otras operan mediante alguna instancia estatal con dependencia directa del gobierno del estado.

3. Las emisoras que siendo permisionadas al gobierno estatal son operadas directamente por el Instituto Mexicano de la Radio (Imer) a través de un convenio de colaboración.

4. Por último, las estaciones del Imer, las que mayor representación tienen en la radio estatal en la actualidad, (cuyo) estatuto legal (es) diferente".¹³

Sus funciones y propósitos son muy diversos; lo mismo tienden a fortalecer la comunicación entre la sociedad y el gobierno, que a impulsar programaciones cuyo contenido es el entretenimiento, la difusión de la cultura, la educación, la orientación o el deporte no profesional. Sin embargo, siendo emisoras del Gobierno, se orientan más a justificar las acciones gubernamentales, que a cumplir su papel comunicador entre la sociedad y las autoridades o su función de servicio a la comunidad.

¹² Ma. Teresa Torres Vázquez. Monografía de un medio de comunicación estatal: Imer 1983-1993 p. 29

¹³ Cristina Romo. La Otra Radio. p. 59

De cualquier forma, las emisoras estatales tienen por ley, tareas y responsabilidades bien específicas y de sustantiva importancia, sobre todo si se consideran las características y especificidades de la radio, así como su posibilidad y facilidad para llegar a un gran auditorio.

En México, como en otros países, se cuenta con una política de comunicación radiofónica integrada a la política de comunicación social del Gobierno de la República y en ello se sustenta la creación de organismos específicos en materia de radio. Esto sucede con el Imer, fundado en 1983 como organismo descentralizado de la Secretaría de Gobernación, con personalidad jurídica y patrimonio propios.

Entre sus objetivos se encuentra el de operar, de manera integrada, las diversas entidades relacionadas con la actividad radiofónica pertenecientes al Gobierno Federal. En tal sentido, el Imer opera y administra estas emisoras, algunas de las cuales son concesionarias, pero también lleva a cabo una amplia producción de programas radiofónicos.

El Imer, igualmente, tiene la tarea de producir los programas radiofónicos que por ley (artículo 59, Ley Federal de Radio y Televisión) deberán transmitirse diariamente y en forma gratuita en todas las radiodifusoras del país, comerciales o no, con duración hasta de 30 minutos. Se trata de programas dedicados a difundir temas educativos, culturales o de orientación social.

La mayoría de las emisoras estatales tienen el carácter de permisionarias, y otras son concesiones. Estas últimas contienen mensajes publicitarios, sin excluir las bebidas alcohólicas, cigarros, alimentos "chatarra". Ello, además, permite "la obtención de ingresos propios y distintos a los que recibe por decreto presidencial, provenientes del sector público paraestatal, los organismos públicos descentralizados, los cuales deben dedicar cierto porcentaje de sus presupuestos para publicidad y comunicación, a los medios de difusión del Estado. Esto se conoce como 'etiquetado'".¹⁴

¹⁴ *Ibidem*, p.131

La radiodifusión estatal es un espacio para aquellos que no tienen oportunidad de hacer oír su voz o su opinión a través de otros canales; a su vez tiene distintas funciones: política, informativa, cultural y programática.

Dichos programas albergan la participación del público, la incorporación de melodías de grupos originarios de la región en donde operan; transmisión de noticias locales. Uno de los mecanismos de mayor utilización por las emisoras estatales es el apoyo recibido por instancias federales, como el Imer y Radio Educación, quienes también brindan asesorías a las emisoras de provincia.

Cabe mencionar que dichas emisoras representan una alternativa legítima para determinados grupos, en el amplio espectro de la radiodifusión, que cumple con toda clase de opciones para un auditorio cada vez más plural.

Radio Educación, dependiente de la Secretaría de Educación Pública (SEP), ha tratado de demostrar la posibilidad de mezclar el entretenimiento con la información, el análisis y la promoción de la cultura, de una manera atractiva y popular, como son los eventos o festivales artísticos (huastecos, huapangos, sones, entre otros). Su esquema contiene anuncios basados en servicios a la comunidad como apoyo social, difusiones de carácter cultural y apoyo a emisoras estatales.

La radiodifusión estatal se ha introducido de manera lenta en la competencia por espacios, ante la radio comercial, la cual se impone en la mayoría de los lugares del país. La radio debe contribuir al desarrollo cultural de la sociedad mexicana, en cuanto a su idiosincrasia, sus valores, su idioma, su entorno social y proyección internacional como país, esto mediante el cuidado y buena dirección de los contenidos programáticos.

Sin embargo, las emisoras no contemplan una clara visión cultural, para proyectarse, pues únicamente se conocen los casos de Radio Educación y de aquellas emisoras que van dirigidas a su auditorio puramente regional o de etnias culturales

específicas, retroalimentadas por las mismas comunidades a las que "sirven" (Radiodifusoras del INI).

1.3.2.2 RADIO UNIVERSITARIA

Las emisoras universitarias cumplen tareas concretas en apoyo a la cultura, la orientación, la enseñanza y la difusión de la investigación científica y humanística, porque esas son las tareas propias de las universidades y centros de enseñanza superior.

En el mismo sentido, "fortalecen los campos de la información y la difusión de los valores culturales del país donde se encuentran, y también promueven la cultura y la historia universal, sobre todo la música con valor estético y folklórico. Esta radiodifusión busca informar sobre los sucesos de las universidades, como una forma de extensión académica y difusión de la cultura nacional".¹⁵

Iniciada desde 1937, con la fundación de XEUN, con auge en la década de los setenta, mantienen su posición autónoma en su operación, sin embargo, desde el punto de vista jurídico son consideradas estatales por el origen de sus recursos.

1.3.2.3 RADIO INDIGENISTA

Conforme el Estado va creciendo y cubriendo con sus acciones la superficie de la sociedad y los campos de la vida comunitaria, también se interesa por el uso de la radio y, con estaciones propias o a través del control de espacios en las redes comerciales y culturales, incursiona en la programación indigenista. Finalmente, organizaciones indígenas independientes se vienen apropiando del medio y han obligado a la sociedad a escuchar sus lenguas, discutir sus problemas, apreciar su música y concederles espacios propios.

¹⁵ op.cit p.132

La radio indigenista, a través del Instituto Nacional Indigenista (INI), se basa en la realidad que viven los pueblos indígenas. Entre sus objetivos están: a) prestar un servicio efectivo de comunicación a los habitantes de las comunidades, b) organizar su libre expresión, c) fomentar su patrimonio cultural. Las emisoras indígenas utilizan la radio para transmitir saludos y convocatorias, animar fiestas comunales, educarse, en fin, para dar cuenta de su diversidad y poder recrearla.

Una de las características más importantes de la radiodifusión realizada por y para indígenas es sin duda su adecuación a las condiciones y necesidades más inmediatas de la comunidad usuaria y del medio donde se desarrolla. Estas emisoras son operadas a través del gobierno federal en su conjunto, al amparo de la administración pública federal o de algún gobierno estatal que integra la Federación.

La radiodifusión indigenista puede ser un campo muy fértil para el desarrollo de formas alternativas e innovadoras de hacer y usar la radio. Su proyecto pretende, en casi todos los casos, que las beneficiadas sean las comunidades indígenas basándose en una mayor participación de sus miembros.

El INI es pues, claro ejemplo de la conformación cultural de las comunidades donde opera, ya que dentro de sus fines están la contribución al mejoramiento de las condiciones de vida de las comunidades indígenas, el fortalecimiento de su cultura y el apoyo a su pertenencia étnica. Las emisoras indigenistas conforman los pocos espacios nacionales en los que este sector puede expresar su pensamiento y su cultura.

Teóricamente, el INI apoya, desarrolla y orienta a las comunidades indígenas, pero la realidad es que no ha constituido un instrumento educativo, cultural y de desarrollo comunitario. Prueba de ello es el escaso presupuesto hacia las comunidades indigenistas. Por el contrario se les excluye, margina, dejándolas en la pobreza extrema, con alto grado de analfabetización así como condiciones de vida poco óptimas. De esta manera, el INI y, particularmente, la radiodifusión indigenista, no han sido capaces de

impulsar a las comunidades, ya sea por limitantes económicos, pero especialmente por intereses políticos.

Sin embargo, existen algunos ejemplos que cumplen con el objetivo concreto de apoyar a las comunidades, de educar, informar, etc. Pero esto es un porcentaje bajo dentro del contexto de la radiodifusión en el país. Veamos algunos casos:

"Tanto Radio Educación como la radio universitaria y la indígena, tienen características en común que las diferencian de las comerciales, y son entre otras:

-Impera la producción de programas por encima de los roles musicales.

-Programática y organizacionalmente, hay una menor presión de tiempo, por no responder a intereses comerciales.

-Hay preferencia por difundir eventos culturales y artísticos y poco interés de participar en política.

-No hay compromisos con anunciantes, aunque sí con los financiadores, que, por lo general, son instancias gubernamentales.

-Se propicia y fomenta la participación directa del público en las diferentes emisiones; es decir, se busca ser un medio participativo." ¹⁶

1.3.2.4 RADIO COMUNITARIA.

Si las funciones culturales de la radio son entretener, informar y educar, las radios comunitarias se definen por no pertenecer a ninguna institución o grupo particular, sino a la comunidad desde donde transmiten y desde donde son escuchadas, pueden cumplir con las funciones fundamentales de la radio, y explorar libremente las características esenciales del lenguaje radiofónico.

¹⁶ Ibidem, p.30

Dichas emisoras se ocupan de las necesidades comunicacionales de un espacio territorial común. Es radio hasta cierto punto territorial; y en los límites de su región encuentran temas susceptibles de ser tratados al aire. Las funciones educativas, informativas y de esparcimiento en esta radio se atienden de manera distinta que en las institucionales y comerciales.

Los objetivos radiofónicos de las emisoras comunitarias se puntualizan más bien respondiendo a las preguntas básicas: de qué se quiere hablar, a quién, para qué y de qué forma. El público decide cuáles son los acontecimientos que le interesan y cómo deberían ser transmitidos. Por otro lado, las necesidades de instrucción escolar son respaldadas con objetivos como el ser educativas y suelen realizar tareas programáticamente escolares.

A continuación se enlistan las emisoras ubicadas en el estado de Oaxaca. De los géneros antes mencionados. En el cuadro se registran las radios pertenecientes al INI, al Imer y a la Universidad Benito Juárez, así como emisoras oficiales.

CUADRO I
EMISORAS DEL ESTADO DE OAXACA POR INSTITUTOS

INI*

| <u>Radiodifusora</u> | <u>Fecha de Fundación</u> | <u>Ubicación</u> | <u>Potencia (Watts)</u> | <u>Frecuencia (Khz)</u> | <u>Cobertura (km a la redonda)</u> |
|----------------------------|---------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|------------------------------------|
| XETLA | | | | | |
| La Voz de la Mixteca | 15-IX-82 | Tlaxiaco, Oax | 5000 | 930 | 120 |
| XEGLO | | | | | |
| La Voz de la Sierra Juárez | 18-IX-90 | Guelatao de Juárez, Oax | 5000 | 780 | 120 |
| XEOJN | | | | | |
| La Voz de la Chinantla | 14-XII-91 | San Lucas Ojitlán, Oax | 5000 | 950 | 120 |

XEJAM

La Voz de la Costa Chica 5-V-94 Jamiltepec, Oax 5000 1260 120

| <u>Estados bajo cobertura</u> | <u>Municipios atendidos</u> | <u>Población total</u> | <u>Población indígena atendida</u> | <u>Lenguas de transmisión</u> | <u>Pueblos indígenas mayoritarios bajo cobertura</u> |
|-------------------------------|-----------------------------|------------------------|------------------------------------|-------------------------------|--|
|-------------------------------|-----------------------------|------------------------|------------------------------------|-------------------------------|--|

| | | | | | |
|-----------------|-----|---------|---------|---|--|
| Oaxaca | 163 | 504,633 | 326,037 | Mixteco, triqui, español | Mixteco, triqui, amuzgo, zapoteco. |
| Oaxaca | 85 | 290,037 | 194,411 | Zapoteco, mixe chinanteco, español. | Zapoteco, mixe chinanteco. |
| Oax. y Veracruz | 19 | 412,385 | 160,428 | Mazateco, español, chinanteco, cuicateco. | Mazateco, cuicateco, náhuatl, mixteco, chinanteco. |
| Guerrero, Oax | 79 | 532,612 | 328,081 | Mixteco, amuzgo, chatino, español | Mixteco, chatino, amuzgo, zapoteco, triqui |

| <u>Horario de transmisión</u> | <u>Horas de transmisión semanal</u> |
|-------------------------------|-------------------------------------|
|-------------------------------|-------------------------------------|

| | |
|------------------|----|
| L-D 6:00 – 19:00 | 91 |
| L-D 6:00 – 18:00 | 84 |
| L-V 6:00 – 18:00 | 78 |
| S-D 6:00 – 15:00 | |
| L-D 6.00–18:00 | 84 |

Imer**

| Emisora | Ubicación | Banda | Frecuencia (Khz) | Potencia (Watts) | Fundación | Horario |
|--------------|-------------|-------|---------------------|---------------------|-----------|-----------------|
| XHSCO | | | | | | |
| Estéreo | Salina Cruz | FM | 96.3 | 5000 | 1988 | 6:00-- 23:00 |
| Istmo | | | | | | |

UNIVERSITARIA*****XEUBJ**

| | | | | | | |
|---------------|--------|----|------|-----|-----------|------------|
| Rádío | Oaxaca | AM | 1400 | 500 | 4-10-1964 | 7:00-23:00 |
| Universidad | | | | | | |
| Benito Juárez | | | | | | |

OTRAS EMISORAS.

| SIGLAS | NOMBRE | FRECUENCIA | POTENCIA (Watts) | UBICACION | GRUPO / REPRESENTANTES | AÑO DE FUNDACION |
|--------|--------|------------|---------------------|-------------------|---|------------------|
| XEOU | | 1020 KHz | 2500 | Huajuapán de León | Gerente: Manuel de Jesús Siordia Torres | 1969 |
| XEOA | | 570 KHz | 5000 | Oaxaca | Organización Radiofónica de México SA Dir. General: Jaime Fernández | 1956 |
| XEYN | | 820 KHz | 1000 | Oaxaca | Organización Radiofónica de México, SA | 1956 |
| XHOQ | | 100.1 MHz | 10000 | Oaxaca | Organización Radiofónica de de México SA Dir. Gral. Jaime Fernández | 1956 |

* Instituto Nacional Indigenista, Subdirección de Radio.

** Imer, Dirección de radiodifusión.

*** Tarifas y datos sobre medios audio-visuales, MPM, S.A. de C.V., no.155, Septiembre 1997.

Dada la importancia que ha generado la radiodifusión libre, también conocida como pirata, de participación, alternativa, de otra índole, etc. es preciso ahondar en el tema, conociendo sus antecedentes, ejemplos de esta radio, así como sus consecuencias, ya

que dentro de la presente investigación se orienta en la creación de una radio alternativa, que integre características de radio comunitaria, regional o local, de participación social y libre.

1.3.2.5 RADIO LIBRE.

La radio controlada por el Estado, que vive del "consenso" de los oyentes, es considerada, en teoría, un servicio a la población. Tiene como objetivo expreso el informar, entretener y cultivar al ciudadano, lo hace para el mayor beneficio del gobierno en turno, lo cual es lógico en la medida en que es él que supervisa el instrumento, además dichas radios le reeditúan económicamente, es decir, pagan por estar en operación.

Sin embargo, una radio libre, puede y no contemplar la característica de servicio y/o participación social, ya que dentro de esta radio puede y no ser prioridad el incluir estos rubros en sus contenidos. Algunas emisoras libres pueden tener como perfil la participación social, pero existen otras radios libres cuyo contenido se orienta, únicamente, en otros géneros como el musical, cultural, de orientación o informativo, sin llegar al ámbito participativo.

La división entre radios comerciales y radios llamadas de "servicio público" es completamente evidente en el ámbito económico e institucional, la cual no parece justificarse tanto cuando se observa la programación. En efecto, basta consultar el contenido para darse cuenta de que, en un mismo sistema económico y dentro de un mismo régimen político, todas las radios, tanto públicas como privadas, difunden emisiones que curiosamente se parecen, a fin de cuentas todas ellas están supeditadas a la ley del índice de audiencia.

El papel que han jugado las emisoras culturales, que si bien dependen de un presupuesto para subsistir, éste no depende de la audiencia o del llamado "raiting", pues

su función y objetivo es otro. De ahí las dificultades por mantenerse en el cuadrante radiofónico

Ante esto surgen alternativas a los medios de comunicación dominantes. Se crean redes populares de comunicación, donde los radios locales tienen un papel decisivo. Las emisoras de radio de alcance local permiten tener a los habitantes de la región al corriente de sus problemas, reforzando la solidaridad.

Sin embargo, los alcances, económicos, sociales y políticos que puedan tener grupos, organizaciones no gubernamentales, colectivos, así como población en general para la instalación y operación de una emisora local se minimizan en amplio margen, pues el problema de la legalidad limita cualquier posibilidad, así como el nulo o escaso apoyo de la SCT para el otorgamiento de permisos para la operación de una radio comunitaria, local, libre, etc.

Con el constante surgimiento de "radios libres", se tiene la impresión de que la radio se impone progresivamente como el medio "alternativo" por excelencia. Los medios de comunicación masiva, los aparatos, las burocracias, las empresas privadas despojan a los ciudadanos de su derecho a la expresión e imponen un discurso estandarizado que no refleja la realidad.

La radio nos permite dar la palabra directamente a los que nunca la tuvieron. El lenguaje de la gente, cuando habla libremente, ya sea directamente o por medio del teléfono, es particularmente expresivo. En primer lugar, *la gente puede expresarse en su dialecto*, a su vez tienen la capacidad de describir las cosas, el poder de hacer comprender lo que les concierne, que no se encuentra en la lengua escrita.

La expresión "radio pirata y/o libre", utilizada desde hace mucho tiempo (principios de los 70), define la situación de una radio en relación con la ley. Una radio pirata es aquella a la que no se le ha asignado oficialmente una frecuencia, y que al transmitir en contravención a la legislación vigente se pone en situación de ilegalidad. Fue y sigue

siendo el caso de las que han transmitido o transmiten enfrentando al dominio de las ondas hertzianas por empresas privadas.

La noción de "radio libre" aparece en Italia. El concepto de "radio local", que define al medio en función de su área de difusión es más antiguo, pero se ha ido reactualizando en estos últimos años. En efecto, por razones políticas, pero también materiales, como hemos visto, la mayoría de las "radios libres" se consideran locales y lo son.

También se les puede calificar como "alternativas", "diferentes" o "paralelas", definición que permite hacer una primera diferenciación entre, por un lado, las que reproducen exactamente, en general con medios más reducidos, el esquema y el funcionamiento de la radio tradicional y, por otro, las que ponen en tela de juicio el modelo dominante.

Su objetivo es hacer evolucionar una situación, modificar una relación de fuerzas, contribuir a la introducción de cambios. La información no es considerada como una estructura autónoma y central, sino que sólo se la enfoca en relación con los acontecimientos sociales o políticos. *Discutir el orden social por medio de la radio. A este tipo de radio se le conoce como "radio de participación social y política" que puede y no expresarse dentro de una radio pirata o libre.*

Sin embargo, en distintas ocasiones se ha contemplado la posibilidad de crear una red autónoma de radio, una radio de servicio público que dará cuenta de la actualidad regional y local, que cederá la palabra a las asociaciones y a los municipios, no sólo en el marco de las emisiones que el propio servicio público programará, sino dentro de espacios de contenido absolutamente libres.

La aparición de los medios de comunicación y de la cultura para las masas hizo que en el transcurso del siglo XX surgieran actitudes de oposición que, en ciertos aspectos, recuerdan a los oponentes al ferrocarril.

Esto, sin duda corre el riesgo de desembocar, a mediano plazo, en una "verdadera segregación cultural" ya que:

- por un lado, la gran masa de "zombis" del audiovisual, clavados durante todo su tiempo libre a la pantalla del televisor, informándose, enterándose al ritmo desesperadamente lento del lenguaje hablado, esclavizado, a su vez, a los imperativos del despliegue de las imágenes.
- Por otro, una minoría, los individuos ya cultos, poco inclinados al espectáculo televisado, que leen y se informan, que se enteran mediante la lectura cuatro veces más rápido que la masa de "televidentes" incondicionales. En una época en la que el verdadero poder pasa por el saber, capaz de constituir una oligarquía poderosa.¹⁷

Las discusiones, muchas veces, se alojan en temas como centralización y descentralización, sobre monopolio, publicidad o desarrollo de las emisoras. Lamentablemente, en la práctica, nunca se plantea el problema de la etapa histórica, de la situación política, del tipo de aparato de información necesario para las tareas del momento, de las fuerzas sociales en movimiento, de la realidad.

Una de las actividades esenciales de muchos colectivos de radio es reflexionar sobre la forma de poner fin al acaparamiento de empresas privadas de los espacios del cuadrante radiofónico. Para algunos, la batalla debía ser jurídica, pues es contrario al espíritu de la Declaración de Defensa de los Derechos del Hombre, ratificada por Francia y según la cual:

"todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y de expresión; este derecho incluye el de no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir informaciones y opiniones, y el de difundirlas, sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión".

¹⁷ Claude Collin, Radiopoder, p. 29

En la actualidad son las propias radios "alternativas" las que reclaman una reglamentación. Pues no significa obstáculo la profesionalización técnica y programática hacia estas radios, ya que mediante la práctica, los aficionados se convierten en especialistas. Sin embargo, se tiene como limitantes la forma de financiar dichas emisoras, sin embargo existe la posibilidad de crear patrocinios para el sustento económico de estas radios. El objetivo principal es el ser reconocidas por la población.

Como hemos visto, la instalación de una radio -llámese libre, alternativa, de participación- no es una simple operación periodística o una respuesta a los medios masivos dominantes, si bien son tareas que debe cumplir, pero también debe acercar a la comunidad, lograr una concientización de los problemas que le afectan directamente, así como ejercer su libertad a expresar sus inconformidades o sus beneficencias.

Además, la radio de participación es realizada colectivamente para ser escuchada por toda la comunidad, en todos sus aspectos, producción de texto, circulación, recepción, es decir, la participación de un usuario puede estar ligada a la situación de masa. Por tanto, al pertenecer el medio a un colectivo, asociación, grupo, etc.; existen amplias posibilidades de acercamiento entre todos sus miembros, entre la comunidad y la radio.

Los costos o el financiamiento puede provenir de varios rubros, ya sea por parte del municipio u organizaciones sociales, procurando no caer en la total dependencia de los mismos. Otra forma sería el recabar ayuda brindada por la propia población, ya que el oyente puede estar dispuesto a dar un esfuerzo en beneficio de su comunidad.

Casi podría decirse que el papel de la radio de participación se sitúa exactamente del lado opuesto al de los medios masivos tradicionales que, la mayoría de las veces, son máquinas de pasividad o que ni siquiera "activan" a los oyentes salvo en cuestiones que no representan problemas o desafíos: radioteatros, concursos, campañas de solidaridad que apelan a la generosidad del público, pero ¿hasta qué punto puede hablarse de un verdadero servicio social dentro de estas acciones?.

La radio de participación es un medio que tiene sus propias leyes, que indudablemente no pueden ser las mismas de la radio dominante, pero tampoco se limitan a la representación del signo invertido.

Cuando los oyentes se convierten en protagonistas.

En un texto escrito en 1932, *La radio, aparato de comunicación*, Bertolt Brecht hace una verificación que hoy, casi setenta años después, sigue siendo vigente:

“La radio no tiene más que un aspecto, aunque debería tener dos. Es un simple aparato de distribución, no hace sino transmitir. Para hablar ahora de manera positiva, es decir, para detectar lo que hay de positivo en la radio, he aquí una propuesta tendiente a transformar su función: hay que convertirla de aparato de distribución en aparato de comunicación. La radio podría ser el más extraordinario aparato de comunicación que pueda imaginarse para la vida pública, un enorme sistema de canalización, o más bien, podría serlo si supiera no sólo transmitir, sino recibir; no sólo hacer escuchar al oyente, sino hacerlo hablar, no aislarlo, sino ponerlo en relación con los otros. Sería pues necesario que la radio, abandonando su actividad de proveedor, organizara este abastecimiento por los propios oyentes”.¹⁸

La radio de participación tiene como objetivo que los oyentes sean protagonistas activos de un proceso en curso, es obvio que el receptor ya no puede ser considerado como un consumidor pasivo de informaciones. Para hacer de la radio un verdadero instrumento de comunicación debemos dar la palabra a los que habitualmente no la tienen, a los sin voz, que bastantes somos. La comunidad es la que provee en todo momento las noticias necesarias.

¹⁸ op.cit. p. 176

La radio libre o participativa es eficaz, cuando el radioescucha la considera totalmente suya, no sólo como la que él oye, sino también como la que él hace, tal sería el caso de las radiodifusoras del INI. Debe poder reconocerse, reconocer su palabra, sus problemas, sus deseos en lo que escucha. Para eso debe estar directamente involucrado en el proceso de producción de la información y debe poder participar en todo momento.

Que la población se haga cargo totalmente de la radio es un objetivo a mediano o largo plazo, una meta por alcanzar. A partir del momento en que la radio cuenta con una red importante de corresponsales y funciona gracias a la participación real de los oyentes, que no vacilan en telefonar cuando les afecta algún problema en particular (despidos, escasez de dinero, mala alimentación, analfabetismo, etc.) se convierte en una verdadera fuente de informaciones de la que puede alimentarse tanto la prensa escrita como la jerarquía sindical.

Cabe señalar la importancia de que el "grupo social" tenga ciertos medios de control sobre la radio, que al no poseer, corre el riesgo de que se le escape de las manos y se convierta en instrumento de unos cuantos, es decir, deje de ser participativa, dicho problema del control aumenta en la medida en que la extensión de la superficie de participación se extiende; la dificultad es todavía mayor cuando la radio es animada por verdaderos profesionales.

Según opinión de Bruno Giorgini, integrante de Radio Alicia en 1977:

"Estoy totalmente a favor de las radios locales. En primer lugar, sólo ellas pueden hablar de lo que te concierne, de lo que sucede al lado tuyo. Por una radio local puedes hablar en dialecto, lo que no es posible por una radio nacional. La radio local es también la posibilidad de una participación directa por parte de los oyentes. Dos o tres obreros de una fábrica pueden decidir tomar el autobús para venir al estudio. Esto es impensable cuando se trata de una radio nacional. Ahí sólo puede haber mediación, delegación. Únicamente la radio local permite que la gente participe de manera directa, ya sea por teléfono, ya sea viniendo ellos mismos y hacer de modo que la radio sea también la suya.

No hay que hacer una gran radio que quiera cubrirlo todo. Hay que hacer pequeñas radios ligadas con situaciones”.¹⁹

El funcionamiento de una radio libre depende en buena medida de las situaciones políticas. Donde se pueden dar circunstancias en las que los oyentes pueden tener una posibilidad real e inmediata de participación y de control sobre el medio. La confianza ya no descansa entonces sobre la proximidad concreta de la radio, sino que está determinada sólo por la adhesión a “la causa”.

La dificultad de hacer hablar al 60 u 80% de los “sin voz”, disminuye cuando se le compara con los medios de comunicación masiva tradicionales y se expone la verdadera libertad de expresión, así pues, las radios de participación dan la palabra a los auténticos representantes de movimientos de masa, dan la voz a las amas de casa, a los estudiantes, trabajadores, campesinos, convirtiéndose en instrumentos de “expresión popular”.

La población entiende la tonalidad con la que las cosas son pronunciadas; expresiones alegres, tristes, es decir, la expresión emotiva demuestra mayor eficacia. La palabra radiofónica está evidentemente mucho más cargada de afectividad que el texto escrito, pero tiene el inconveniente de ser efímera, cada frase borra la anterior, el discurso desfila inexorablemente sin posibilidad de retroceso.

La radio es un instrumento que puede ayudar a un proceso a desarrollarse, a democratizarse, pero que en ningún caso es capaz, por sí solo, de hacerlo surgir.

Es aquí donde recae la importancia de ahondar más en el tema. Por tanto es preciso ejemplificar esta radio de participación en México.

¹⁹ op.cit. p. 193

A) La Radio Libre en México.

En 1994, existieron sucesos de gran importancia en nuestro país, por un lado en Chiapas, el Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN) se levantaba en armas, luego de diez años de preparación para estallar, finalmente, el primero de enero y pronunciar el "¡ya basta!". Por otro lado, el mismo día entra en vigor el Tratado de Libre Comercio (TLC), así también estaba por terminar el sexenio salinista e iniciar otro, cuyas perspectivas eran continuar o aumentar la crisis que vivía México. En este contexto surge la radio libre como muestra de resistencia por parte de la sociedad civil al dominio de las empresas privadas de los medios de comunicación electrónicos.

La emisora *Televerdad* sería el referente principal de un movimiento iniciado a partir de acciones similares, vislumbradas en estaciones de radio pirata, constituyendo una posibilidad de sistema popular de comunicación alternativa.

Cabe resaltar que la radio libre opera generalmente con la tecnología más elemental, "casera", debido a la escasez financiera o situación legal en que se encuentran. Se trata de un medio que expresa la información y sucesos que no tienen lugar en la radio oficial o comercial. Su objetivo, ser un medio de comunicación alternativo inmediato y local, donde el oyente puede participar directa o indirectamente, difundiendo su propio mensaje, dando paso a la "interacción comunicativa" entre emisor y receptor.

Los orígenes de la Radio Libre se encuentran en Europa, teniendo como pionera a *La Libertad*, emisora ubicada en Alemania e impulsada por un grupo de socialistas y comunistas del país en su lucha contra el nazismo. Su duración fue de un año, cuando la Gestapo, en 1938, interrumpe definitivamente sus transmisiones.

Más tarde, a mediados de los años sesenta, algunas emisoras hacían llegar su señal, con transmisores montados en viejas embarcaciones que navegaban en los límites de las costas inglesas, danesas y suecas. En un principio resultaban actos rebeldes que, posteriormente, se tradujeron en propósitos de consumo. "*Radio Carolina* y *Radio*

Verónica iniciaron este movimiento pirata que pronto se convertiría en una gran empresa comercial, basada en la deservoltura de los disk-jockeys.

Durante los años setenta, el tema de la ecología inspiró el nacimiento de la Radio Libre en París, Francia, donde las emisoras locales conocidas como radios verdes llegaron a ser tantas que el gobierno francés tuvo que otorgarles permisos para tener control sobre ellas".²⁰

Sin duda alguna, *Radio Alicia*, en Italia (1976) marca, un ejemplo de gran importancia en la radiodifusión estatal de ese país. Así como la base para el surgimiento de muchas otras radios libres.

Historia que terminaría en marzo de 1977, la policía tomó los estudios de *Radio Alicia*, cuya vívida transmisión de la clausura en el momento que ocurría fue su último grito de resistencia y rebeldía. Un año después, las demás emisoras de radio libre italianas se institucionalizaron, sin tener la capacidad de producir cosas nuevas, dejando atrás la riqueza informativa y determinante en los procesos. Como consecuencia, las emisoras similares a *Radio Alicia*, en Europa, al cambiar las circunstancias en las que nacieron, dejaron de operar.

Cabe mencionar que, entre los promotores de las radios libres se encuentran asociaciones de base, organizaciones alternativas (ecologistas, antinucleares, etc.), movimientos y grupos políticos progresistas que, en general, retoman la posibilidad de crear una radio con objetivos informativos, de comunicación, producción de cultura, con autonomía, pero apegados a intereses y exigencias de ciertos estratos sociales.

En América Latina han existido, también, ejemplos de radio libre como aquellas con carácter comunitario, ya sea *Radio Sutatenza* en Colombia, *Radio Venceremos* y *Radio Farabundo Martí* en El Salvador, las radios mineras en Bolivia o las de barrio,

²⁰ Rincón, Iván y Sosa, Gabriela. "El despertar de la Radio Libre en México" en Revista Mexicana de Comunicación, Año12, no. 59, p. 25

llamadas radios truchas, en Argentina, *Radio Consentido* de Opción Colombia, realizada y sustentada por jóvenes colombianos, etc.

“Una de las experiencias más importantes en la historia latinoamericana es *Radio Rebelde* en Cuba, utilizada por guerrilleros castristas en 1958 ‘para mantener informada a la población de los crímenes cometidos en el país por el ejército enemigo y las acciones de los rebeldes’. Al triunfo de la revolución, esta emisora se convertiría en *Radio Habana Cuba, La Voz de la Revolución*, con cobertura en América Latina y el Caribe, y les brindaría espacio a los movimientos de liberación que tenían lugar en países como Venezuela, Colombia o Perú”.²¹

Según Luis Ernesto Pi Orozco, en México “nos enteramos de que existe la Radio Libre porque lo leemos en periódicos o revistas, no porque la escuchemos. La Radio Libre no ha tenido importancia por su quehacer radiofónico en sí. En El Salvador, Cuba o Colombia sí ha sido relevante”. De hecho, en México apenas inicia esta conciencia de tener espacios alternativos donde la gente pueda expresarse libremente”.²²

Televerdad.

Por iniciativa de la Asamblea de Barrios, encabezada por Superbarrio Gómez, luchador social, y algunos dirigentes del Partido de la Revolución Democrática (PRD) - Marco Rascón, entonces diputado federal electo; Javier Hidalgo, ahora diputado local en el Distrito Federal; y Patricia Ruiz, entonces diputada federal saliente-, el viernes 9 de septiembre de 1994 comenzaron las transmisiones de *Televerdad* por el 89.1 del cuadrante metropolitano, en frecuencia modulada.

Con un transmisor de cinco watts de potencia de fabricación casera llamado “Francisco Zarco”, y una antena de 15 metros de altura, bautizada como “Josefa Ortiz de Domínguez”, *Televerdad* emitía su señal dentro de un radio de tres kilómetros a la

²¹ *Ibidem.*

²² *Ibidem.*

redonda, todos los días, desde las 7.00 horas hasta la media noche: 17 horas diarias. Su cabina de transmisión era una modesta caseta de lámina instalada en la esquina de Avenida Insurgentes y Paseo de la Reforma, en el mejor conocido "Campamento de la Resistencia".

Sin embargo, técnicamente no era el lugar propicio para la emisión de la señal, pues se contaba con baja potencia y, debido a su poca altura, hacía difícil cubrir más espacio, pues se estaba rodeado de edificios, dando escasa utilidad para la transmisión comunitaria, pues en el área existían sólo oficinas.

Pero el objetivo era mostrar que se podía "resolver el problema técnico", explicó Marco Rascón, principal promotor del proyecto.

"Este es el principio del fin, pues desde aquí, a partir de ahora, empezará a crecer la palabra de nuestra verdad y, al extenderse, se iniciará el fin del monopolio de la información que no más de diez familias poseen en todo el país", decía el primer mensaje transmitido por Televerdad, se describía como 'la voz de la resistencia mexicana' y aseguraba que sería 'financiada por la ciudadanía', en una abierta invitación a la movilización masiva para crear más medios de difusión con el mismo espíritu democrático: 'Vamos a construir medios propios y vamos a demandar su legalización. Vamos, desde aquí, en esta encrucijada de la ciudad y el país, a convertir a miles de ciudadanos en portadores de información a todos los lugares', anunciaba el primer mensaje al aire".²³

Los programas más fuertes eran los dedicados a las personas de la tercera edad, los espacios dedicados a la denuncia, así como los tiempos de noticiarios, siendo éstos prioridad en el contenido, información de primera mano, para esto hubo que darse asignaciones, es decir "reporteros en las principales fuentes".

²³ Rincón y Sosa, op.cit.

Además de surgir luego de las elecciones federales de agosto de 1994, *Televerdad* inició sus transmisiones al calor del movimiento generado a partir de las iniciativas zapatistas y coincidió con los primeros meses de la Convención Nacional Democrática (CND). La serie Antena 89.1, por ejemplo, que se hacía con el micrófono abierto al público los sábados y domingos de 14:00 a 16:00 horas, de ser primero un espacio para la denuncia de violaciones graves a los derechos humanos, terminó siendo un foro de la CND.

Un locutor joven reproducía la voz del Subcomandante Marcos y otros dirigentes zapatistas, en la hora previa; estando al aire ofrecía copias del material grabado a cambio de audio cintas vírgenes. Posteriormente, comenzaba Conciencia informal, programa sin tema definido, poco estructurado, exponiendo el amateurismo que también se da en las experiencias colectivas de este tipo.

Televerdad transmitía también radionovelas en su programación, como aquella sobre Benita Galeana, trabajo manufacturado en Radio Educación. En cuanto al sentido musical, la mayoría del contenido se orientaba por lo social. Discos, casetes donados por la población. Sin embargo, hubo aportaciones de disqueras como Pentagrama, quien donó horas de música latinoamericana, interpretes o compositores como Amparo Ochoa, Mario Ardila, Guillermo Velásquez, música zapoteca del Istmo oaxaqueño, chilenas descriptivas de la Costa chica, corridos zapatistas, vieja trova cubana como Nico Saquito.

La música en vivo tuvo un espacio al aire en el que participaron como invitados, entre otros, los integrantes de La Gárgola, una agrupación de artistas marginales en todos los géneros, incluyendo músicos.

La programación en general estaba estructurada "de acuerdo con las sugerencias de la sociedad", ya que se contaba "con un micrófono abierto para quien deseara expresar libremente sus ideas, sin censura y sin cortes comerciales".

El público apoyaba a la emisora económicamente, con material musical grabado, cintas de audio vírgenes o infraestructura (mesas, sillas, etc.). Casi todo el equipo de transmisión había sido donado.

Radio Pirata.

El nombre de *Televerdad*, hablaba de su intencionalidad: además de ser la primera emisora en la capital del país cuya única propietaria era la sociedad civil, fue la primera estación de radio del también naciente Sistema Popular de Radio y Televisión (SPRT), después al surgir otras emisoras similares, denominado simplemente *Sistema Televerdad*. Una de esas estaciones, cuya importancia superó en muchos sentidos a la de su predecesora, fue *Radio Pirata*, "Una voz libre en el aire".

Impulsada por académicos universitarios como Claudia Sheinbaum y Juan Manuel Gómez, *Radio Pirata* se instalaba a un costado de la delegación política de Coyoacán, en la esquina de la Plaza Hidalgo con Centenario, desde donde transmitía por el 90.1 de FM los sábados. Con un transmisor de cinco watts de potencia bautizado como "Calzontzin" y una antena también de fabricación casera de nombre "Calcetintzin", colocada en la azotea del edificio que alberga a una sucursal del Banco Nacional de México. Inicia sus transmisiones el 8 de octubre de 1994, cuya continuidad, con algunas interrupciones, fueron más de 15 meses hasta enero de 1996.

Aunque variable, su cobertura llegó a abarcar un área importante del sur de la Ciudad de México, pues el alcance de su señal tenía un radio de tres a cinco kilómetros a la redonda unas veces, y otras de cinco a diez kilómetros, según las condiciones ambientales. Desde el centro de Coyoacán, su señal podía llegar hasta Ciudad Universitaria, en unos casos, y hasta El Colegio de México y el Cerro de Zacatepetl, en donde se perdía, pero volvía a escucharse a la altura del Centro Cultural Universitario, casi hasta Taxqueña, en otros casos; llegaba también hasta Río Churubusco, el Viaducto y la carretera hacia Toluca, por la Universidad Iberoamericana, en los mejores momentos.

Es preciso mencionar que el alcance de una señal de radio depende siempre de tres factores: la capacidad del equipo transmisor, el clima y las condiciones físicas del lugar desde donde se emita y en donde se reciba (su altura y si alrededor de él está despejado o está cerca de un cerro o rodeado de edificios).

En cuanto a la programación, parecía orientarse más a la cultura que a otros temas; sus emisiones comenzaban con un editorial sobre la noticia más importante del momento para el público en general o de interés particular para *Radio Pirata* o *Televerdad*.

Con el micrófono abierto al público, el resto de la programación estaba compuesta por música, lectura de cuentos y poemas, entrevistas, mesas redondas y radionovelas, además de la intervención de quien quisiera; también tenían lugar los “palomazos” musicales de grupos y solistas que trabajan en la Plaza Hidalgo de Coyoacán.

Sin embargo, el comienzo de transmisiones de *Radio Pirata* coincidió con la primera de una serie de agresiones al naciente Sistema Popular de Radio Alternativa (SPRA) por parte del gobierno. Con el pretexto de que *Televerdad* carecía de autorización legal para operar, el sábado 8 de octubre a media noche, unos 150 agentes de la policía judicial, acompañados por tres inspectores de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT), desmantelaron la cabina de transmisión y decomisaron todo el equipo (antena, transmisor, fuente de poder, amplificador de potencia, mezcladora, grabadora, tornamesas, micrófonos, bases para micrófonos, cable, discos compactos y más de cincuenta audio cintas).

Para que la incautación de los bienes hubiera sido con apego a la legalidad, las autoridades debieron primero notificar y haber realizado una inspección técnica, escuchar la opinión de la emisora y otorgarle un plazo perentorio de cumplimiento con la normatividad en su calidad de infractora, nada de lo cual ocurrió.

Al respecto, Rascón escribió:

“El transmisor Francisco Zarco, de cinco watts de potencia, y la antena Josefa Ortiz de Domínguez han sido expropiados por el Ejecutivo Federal ¿en beneficio de la nación? ¿No querrán privatizar a *Televerdad* porque ya la pidió Azcárraga como otra concesión más? *Televerdad* es en los hechos el primer medio de comunicación electrónico expropiado por el Estado: lo que nunca ha hecho contra el monopolio, lo ha hecho contra cinco watts de potencia. Estos y los otros cinco watts de Radio Pirata en Coyoacán son suficientes para hacer que se derrumbe todo el sistema de control y concesiones controladas monopólicamente por el Ejecutivo Federal”.²⁴

Más de 500 personas, entre radioescuchas y promotores del *Sistema Televerdad*, realizaron una manifestación frente a las oficinas de la SCT, en donde estuvieron por más de tres horas y “demandaron al titular de esa dependencia el respeto absoluto a sus garantías de expresión”. Con la gente que llegó desde muy distintos puntos de la Ciudad de México y los realizadores de *Televerdad* y sus emisoras hermanas, se “fue organizado un foro de consulta en donde hablaron acerca de la libertad de expresión”.

Presentaron dos documentos: uno para argumentar la ilegalidad del procedimiento seguido en la confiscación de los bienes y demandar su devolución, así como para fincar responsabilidades a “todos los funcionarios de esa dependencia que intervinieron”; el otro era una solicitud de permiso y concesión de todas las frecuencias radiofónicas y televisivas del país desocupadas en AM, FM, VHF, UHF y televisión por cable, “con la idea de que, en los términos actuales de la ley, se inicie el procedimiento correspondiente”.

La SCT, por su parte, contestó que *Televerdad* tendría que apearse a la Ley Federal de Radio y Televisión (LFRT) para poder transmitir regularmente, pero se comprometió a estudiar las solicitudes y resolver “a su libre juicio, publicándolo en el Diario Oficial”.

²⁴ Ibidem.

Televerdad decidió regresar a su lugar. “No entendemos por qué tenemos que pedir permiso para decir la verdad. Así como las revistas trabajan con un registro en trámite, en este momento que estamos entregando la solicitud, nuestro registro también está en trámite y no esperaremos la respuesta”²⁵, dijo Carlos Imaz.

El hecho de que 12 horas antes hubiera sido inaugurada otra emisora pirata, hizo parecer el asalto a *Televerdad* como un acto ejemplar para inhibir la proliferación de este tipo de radio. Pero “la frecuencia es de quien la trabaja”, dijo Marco Rascón, parafraseando a Emiliano Zapata; “tenemos más transmisores”. Y en sólo dos días, luego de una conferencia de prensa y la mencionada movilización en defensa de la emisora y de la libertad de expresión agredidas por el gobierno, fue sustituido el equipo y levantada nuevamente la cabina de transmisión en el mismo lugar.

El 12 de octubre a las 12.00 horas, *Televerdad* reanudaba sus transmisiones. En vez de la antena de 15 metros fue colocada una más pequeña en el árbol más grande y cercano al camellón donde se encontraba antes “Doña Josefita”. Pero unos días después el gobierno mandó talar el árbol, pues no podía llevarse la pequeña antena colocada ahí durante el día y retirada por la noche.

El 18 de diciembre tuvo lugar un segundo atentado contra *Televerdad*, al ser asaltada por 12 presuntos agentes judiciales que se llevaron el transmisor valuado en unos tres mil pesos. El robo fue perpetrado a medianoche, cuando no había más que una persona en la cabina de radio.

Al instalarse una vez más, Marco Rascón dijo que la puesta en marcha de la emisora sin permiso se debía a que, según la SCT, no hay frecuencias. “No te niegan el permiso, pero tampoco te dan una respuesta escrita porque con ella podrías ampararte si hay negación”. Por ello se instaló nuevamente sin esperar más y la programación siguió su marcha, “pero nunca nos metimos a otras frecuencias, lo que sí habría sido penado

²⁵ *Ibidem*.

legalmente. En febrero siguiente llegó la SCT y se llevó todo". Así finaliza el relato de Marco Rascón y también el virtual espacio de *Televerdad* en las ondas hertzianas.

Radio Pirata, por su parte, siguió transmitiendo sin tener la seguridad de cuánta gente los escuchaba hasta la participación en la consulta nacional zapatista en febrero, cuando la gente acudió a votar, por invitación al aire y el anuncio de que la cabina de transmisión sería una casilla de recepción de votos, lo cual se repetiría durante la consulta de agosto.

"En una ocasión, participó el entonces diputado federal Arnoldo Martínez Verdugo para hablar de legislación sobre los pueblos indios, algunos radioescuchas, al pasar por la cabina, solicitaban a los responsables de la emisora que hubiera más invitados del mismo nivel".²⁶

Sin embargo, se pudo comprobar la aceptación de la emisora, al menos en Coyoacán, en otras ocasiones como el 22 de abril, día en que inspectores de la SCT llegaron a decomisar el equipo, valuado en casi ocho mil pesos, al aire se describían los hechos en el momento que ocurrían, por el micrófono se convocó al auditorio para que acudieran en defensa de la estación. Después de discusiones, el legislador por el PRD, Arnoldo Martínez Verdugo quedó como depositario legal de los bienes confiscados.

Dos semanas después, los organizadores de la estación mencionaban: "Estamos construyendo un nuevo transmisor para reiniciar el próximo 18 de mayo con el concierto que se organiza en apoyo a Chiapas, en el Estadio de Prácticas de Ciudad Universitaria. Por otro lado, continuamos con los trámites legales para adquirir el permiso correspondiente", mismos que señalarían después del concierto multitudinario: "las criaturas (sic) solidarias enuncian y corean, una a una, las demandas: entre otras, el repliegue del Ejército Federal en Chiapas, libertad a presos políticos, respeto a la libertad

²⁶ Ibidem.

de pensamiento, diálogo a nivel nacional, apertura de espacios culturales alternativos y respeto a sus formas de organización”²⁷

Desde allí transmitieron en vivo *Televerdad*, *El Hijo del Pirata* y *Radio Pirata* en el 90.1, según la única referencia escrita. *El Hijo del Pirata* fue una estación de radio itinerante que transmitió también por el 90.1 de FM, pero fuera de Coyoacán; hizo entre cinco y diez transmisiones en total, dos de ellas desde el Zócalo capitalino durante movilizaciones organizadas a partir del 9 de febrero; y emitió su señal en el Estadio de Prácticas de la Ciudad Universitaria, durante el mencionado concierto, desde las 10:00 horas hasta las 2:00 de la madrugada del día siguiente.

Días después, *Radio Pirata* regresaba al aire con un festival, cuya participación estuvo integrada por: Guillermo Briseño, Hebe Rosell, José Avilez, Paco Barrios “El Mastuerzo” y unos chavos banda de San Juanico, entre otros. Se ocupaba de las 13:00 a 16:00 horas “la cabina más grande del mundo”, que es la Plaza Hidalgo de Coyoacán. Con la seguridad de haber cumplido “con todos los requisitos de solicitud de permiso y con las acciones que manda la ley después de nuestra clausura, sin tener hasta ahora ninguna respuesta de las autoridades”, referente a la solicitud y a la inconformidad por el cierre de la emisora entregados el 8 de mayo.

“Por lo anterior -dijeron- y apoyándonos en la legislación que dice que al no haber respuesta en siete meses por parte de la SCT hay un derecho de facto para transmitir, volvemos a salir”.²⁸

A diferencia de *Radioverdad*, como también fue conocida *Televerdad*, que había dejado de transmitir en febrero de 1995, *Radio Pirata*, cumplió un año de existencia, celebrándolo con sus simpatizantes el 7 de octubre del mismo año. Sin embargo, después de casi 15 meses de transmitir, en enero de 1996, salen del aire por cuestiones de desgaste.

²⁷ Rincón y Sosa, op.cit.

²⁸ *Ibíd.*

Ké Huelga: 102.1 FM **“Por una verdadera libertad de Expresión”.**

Otro de los ejemplos importantes dentro de este contexto salta a la mente la estación de radio del Movimiento Estudiantil Universitario. A raíz del conflicto de la UNAM, surge una emisora clandestina del Consejo General de Huelga (CGH), llamada ¡*Ké Huelga!* (nombre que hace una parodia de la emisora tropical de Radiópolis conocida como *Ké Buena!*), transmitió diariamente por el 102.1 de FM, desde algún lugar del campus de Ciudad Universitaria (último piso de la Fac. de Ingeniería), con seis watts de potencia.

Debido a la campaña de mal información y tergiversación de los hechos, surge un espacio de expresión de la lucha estudiantil, 102.1 FM *Ké Huelga*. Radio Estudiantil Experimental inicia sus transmisiones el 28 de abril de 1999, a las 13:17 horas, desde algún lugar de Ciudad Universitaria para el resto del mundo*, con un horario de once de la mañana a once de la noche, en ocasiones más en otras menos. El transmisor fue bautizado como “R2D2” recordando al personaje de la literatura de ciencia ficción, robot de la cinta “La Guerra de las Galaxias”, debido a la afición de sus creadores por dicha película; su antena nombrada “Sputnik 1” por su parecido al satélite antiguo, ya que la antena “plano-tierra” se asemeja a la forma de dicho medio de comunicación.

Causas y primeros efectos.

La emisora surge ante la necesidad de expresión del movimiento estudiantil, como un vínculo entre la comunidad estudiantil universitaria en paro y la sociedad, ante la oleada de desinformación y descalificación al CGH dada por los medios masivos de información. Es decir, la *Ké Huelga* se genera como una reacción lógica ante la campaña de desprestigio.

*(<http://ingenieria.dyn.cheapnet.net>)

El 102.1 FM nace como espacio informativo veraz, como un deseo de expresar el punto de vista de “los que no tienen voz”, nace con un objetivo claro: transmitir la información, con el fin de servir de contrapeso de la “seudo información” formal generada

por el sistema. La *Ké Huelga* emerge con el modesto equipo e implementos electrónicos disponibles en la comunidad universitaria en paro, y con una gran dosis de creatividad propia de la sociedad mexicana. Con ello, se ponen en práctica los conocimientos ingenieriles y técnicos aprendidos en la Universidad más grande de América Latina

A más de nueve meses de emisiones, la estación de radio alternativa, tuvo gran aceptación en la mayoría de los círculos sociales que la escuchan, dando la posibilidad de pensar sobre la necesidad de información que requiere la sociedad mexicana, así como la respuesta que puede tener ésta ante la creación de medios de difusión alternativos, de participación, libres.

Pero hablemos un poco de la cobertura, si bien en el Valle de México era limitada: Coyoacán, Tlalpan, Xochimilco, Milpa Alta, Altos de Álvaro Obregón, Contreras, Ajusco, Santo Domingo, Santa Ursula, sur de Iztapalapa y en ocasiones, Ecatepec, Santa Martha Acatitla, Aeropuerto y anexos; se escucharon las voces nerviosas, dulces, agudas, exaltadas, libertarias y combativas de Sarsippius, Estrella, el Atascado, X, el Araña, Perico, D.J. Vick, Canabis, Chochos, Opio, Chemo, Balaju, Tzintzuni, el Ajusqueño, el Acertijo, Etka, Eros, Tanatos, Perbert, Will, Mask, el Marinero, Atenea, Bogo, Gliceraidehído, Indómita, Utopía, la Gárgola, los Yonquis, Lucifer Father, Abelardo Fonseca, Matriz y muchas más personas, cuyas voces trascendieron fronteras vía internet, dentro de la comunidad virtual de la *Ké Huelga*, lo cual permitió convertirse en un órgano de difusión social efectivo, no sólo en México, sino en el mundo. A pesar del corto alcance, de la limitada penetración en la población, carencia de equipo idóneo y carácter "clandestino", sus metas eran ambiciosas.

Como menciona uno de sus integrantes: "queremos un verdadero medio de expresión y comunicación social, que permita un vínculo efectivo entre la comunidad universitaria y la sociedad que la sustenta, una relación que aliente el crecimiento educativo y cultural de los universitarios y radioescuchas, promoviendo con esto una sociedad más sana y con una amplia convivencia social".

Con estilo metafórico, un discurso pronunciado en la Primera Feria de Comunicación Popular se informa de la misma emisora:

“Desde el bello puerto de ‘Xochimilco’, mecidos por las olas, desde la trajinera blindada, ultra secreta, clandestina ‘Lolita’, y desde hace seis meses y días (entonces), la *Ké Huelga* ha aventado sus choros libertarios, montados en las ondas hertzianas. Entre la locura de la onda que choca con edificios, cerros y nubes, escabulléndonos siempre de la maldita interferencia (único argumento de las autoridades) mucha gente nos escucha: amas de casa, jóvenes, trabajadores, tiras, estadistas, personajes urbanos, huelguistas, precandidatos, antiparistas y uno que otro diputado nos prestan sus orejas, algunos para escuchar otro punto de vista respecto al movimiento, otros nomás para poder escuchar sus rolas favoritas, sin censura y bendito sea Dios, si existe, sin comerciales”.

Después de nueve meses, la comunidad se apropió del espacio. Se pusieron los micrófonos a favor de los sin voz, sobrepasando con ello, el planteamiento inicial de contrarrestar la información vertida por los medios masivos de comunicación. Si bien el Movimiento Estudiantil fue el gestador de la emisora, ésta sobrepasó la huelga, dando lugar a los problemas sociales, tanto locales, regionales, como nacionales e incluso internacionales; sin dejar de lado el carácter con el que nació, dar difusión a las demandas estudiantiles.

De once de la mañana a once de la noche, más menos, se cumplió con la responsabilidad que ellos mismos eligieron: “multiplicar los puntos de vista para posibilitar un auténtico derecho a la información. De comunidad punk a programas infantiles, de Gabino Palomares a Rage Against the Machine, de Notihuelga a Radio Amorfa, de medios de difusión a complacencias musicales, de Beethoven a John Zorn, de corridos mexicanos pasando por sonos huastecos, de apoyo irrestricto hasta insultos telefónicos de antihuelguistas, el espacio radiofónico es nuestro y tratamos de mostrar en él algo tan amplio y diverso como nuestras vidas”, añaden en una charla con algunos de sus integrantes, antes de finalizar la huelga estudiantil que duró más de nueve meses.

Y continúan: "hoy casi cualquiera tiene acceso a los medios de producción. Casi cualquiera puede mandar imprimir un libro o conseguir el dinero necesario para grabar un disco. Cualquier preparatoria puede plantearse iniciar una revista. A eso le han llamado libertad de expresión. Lo que sigue fuera del alcance de la mayoría son los medios de difusión, cualquiera puede decir lo que le dé la gana, pero no en la tele, ni en la radio, ni en la prensa...es por eso que se construyó una estación de radio comunitaria, un espacio de verdadera libertad de expresión".

La respuesta que tuvo esta radio es considerable, donde se señala: "nuestro trabajo sirve. Por todos lados nos llegan mensajes de apoyo. Tan sirve que las autoridades nos interfieren, porque lo que expresamos, comunicamos o demás, les causa molestia: sus mentiras no resisten la crítica libre".

A manera de conclusión enfatizan, "una estación de radio libre no es suficiente. Somos muchos los sin voz. Convocamos a toda la gente a construir sus propios espacios de comunicación. El Estado no tiene la capacidad técnica para interferirnos a todos, ante un boom de radios comunitarias no tendrán más remedio que acercar lo legal a lo legítimo y reconocer que el espacio aéreo es de todos, todos tenemos derecho a transmitir por él nuestro punto de vista".

Como todas las radios locales, esta emisora transmitía con equipo técnico básico. Dentro de sus necesidades urgentes se encontraban: material fonográfico, así como aparatos para una mejor calidad en las emisiones, ya que el equipo con el que contaban era, por una parte, casero y por otra, donaciones de la misma comunidad, ya sea estudiantil o sociedad en general.

El apoyo brindado era de distintas formas: donación de material de papelería, fonográfico, equipo técnico, contribución monetaria, trabajo, incluso alimentación, pasando por llamadas telefónicas, correos electrónicos de apoyo y felicitaciones tanto al movimiento estudiantil, como a la emisora.

Sin embargo, el 102.1 FM va más allá de transmitir tan solo cierto periodo, si bien es un proyecto radiofónico que pretende ser un espacio de preparación de futuros comunicadores e ingenieros. Representa una alternativa de información y comunicación real. "... se pueden discutir una gran variedad de temas, se puede generar cultura y se pueden rescatar principios y valores importantes para la sociedad. La fortaleza de una Nación está en su gente, y es por eso que surge la necesidad de preparar comunicadores con un verdadero sentido y compromiso social, la radio como medio masivo de información debe de utilizarse como un instrumento de crecimiento comunitario".

La emisora promovió no sólo la crítica, sino también la reflexión, propiciando con esto un trabajo de concientización en la población, cuyo interés principal era generar conciencia entre los radioescuchas, más allá del Movimiento Estudiantil.

Así es como la *Ké Huelga* se convirtió en un espacio de enlace entre un sector universitario contrario al sistema y la sociedad, donde se expone el otro modo de ver las cosas, la crítica necesaria para construir una sociedad mejor "Las personas al tener acceso a un medio alternativo de comunicación, no patrocinado por el sistema, pueden formarse un criterio más abierto de los diversos problemas que presenta su sociedad, con base en el análisis de éstas, construir un México más apegado a sus valores y creencias, un México más fuerte y propio de ellos...".

Y añaden: "...en un mundo mediatizado como el que vivimos, es importante la creación de medios alternativos de comunicación que sirvan, como ya se mencionó, de contrapeso a la información generada por el sistema".

Por último, dentro de sus planes a futuro, se encontraba el aumentar su potencia, con ello tener mayor cobertura, mejorar y extender su barra programática, incluir más sectores de la sociedad en su proyecto educativo, así como establecer un medio de comunicación estudiantil, es decir, realizado, trabajado y difundido por estudiantes. A su vez contemplan la posible unión con otros medios alternativos de comunicación, donde se promueva la cultura, se difunda el conocimiento y la organización social.

La Realidad.

A raíz de la entrada de la Policía Federal Preventiva (PFP) al campus de Ciudad Universitaria, el 6 de febrero de 2000, la estación cierra sus transmisiones el día anterior, habitualmente se transmitía de lunes a sábado, por lo que el día del desalojo no se encontraba al aire (motivo que fue de gran importancia, pues la comunidad se enteraba o tomaba precauciones por este medio).

El equipo se perdió. Sin embargo, en su última emisión, el 5 de febrero, se despide la emisora, teniendo como respuesta de la gente (como muchas otras veces) el respetar este espacio de comunicación, incluso hacer válida la petición de aumentar un punto más al pliego del CGH: "la permanencia de la *Ké Huelga* después de terminada o levantada la huelga".

Es así como entre agradecimientos, nostalgia, opiniones por lo que sucedería horas más tarde se cerraba un capítulo en la historia de las radios libres de México, así como de los Movimientos Estudiantiles. Se terminan las transmisiones con la esperanza de resurgir con otros parámetros, pero dentro del mismo ámbito universitario.

Otras.

Televerdad había anunciado que sus repetidoras y emisoras hermanas terminarían de llenar la banda de FM, entonces con 80 espacios libres en el área metropolitana, del 88.0 al 108.9, salvo algunas frecuencias otorgadas por esas fechas; además convocó a ingenieros y técnicos en electrónica a la producción de transmisores de fácil operación para ampliar la cobertura de su todavía incipiente sistema de comunicación alternativa y mejorar sus transmisiones; y se propuso integrar una propuesta jurídica para la demanda de concesiones a la sociedad civil.

En el Primer Festival de Apoyo a la emisora, Javier Hidalgo declararí­a: “Queremos que haya espacios en la radio y la televisi3n para la verdad, no competir con Radio Mil, sino tener mil radios”.

Sin embargo, paralelamente a *Televerdad* y *Radio Pirata*, existían dos emisoras más, afiliadas al SPRA: una en Palmar de Bravo, en el estado de Puebla, ocupando el espacio del 104.5 de FM, y otra en la Escuela Nacional Preparatoria seis, de la UNAM, ubicada en Coyoacán, la cual transmitiría por el 89.7 de frecuencia modulada.

Otra emisora del Sistema *Televerdad* en la Ciudad de México fue *Radio Vampiro*, responsabilidad de Patricia Ruiz. Instalada en la calle de Durango, colonia Condesa. Dicha estación cumplió “con todos los requisitos de ley” antes de salir al aire y, en espera de respuesta, comenzó a transmitir el 16 de noviembre de 1994, también por el 89.1 de FM, con 35 watts de potencia; dejó de hacerlo poco después de la clausura de su hermana mayor en febrero de 1995, esto quizá significaría un error tiempo después.

Hubo más emisoras que, inspiradas en *Televerdad*, surgieron el mismo año en varios estados del país como es el caso de *Radio Interferencia*, en San Juan Ixhuatepec, Estado de México, esta emisora inicia sus transmisiones el 19 de noviembre de 1994 por la frecuencia 89.3, con siete watts de potencia, lo cual siguió haciendo cada sábado durante ocho horas. aunque su actividad fue intermitente debido a fallas técnicas y de tipo logístico, es destacable que hayan sido jóvenes del lugar quienes la hicieran funcionar. Según otra fuente, *Radio Interferencia* se ubicó en el 89.1 de FM, comenzó a transmitir desde San Juanico a principios de 1995 y dejó de hacerlo a mediados de 1997.

Actualmente transmiten desde el kiosco de la plaza principal en San Juan Ixhuatepec, por la frecuencia modulada 89.7 sólo los sábados. Otro ejemplo, lo encontramos en Ciudad Nezahualcóyotl, también en el Estado de México, llamada *Radio Coyote*, posteriormente adoptaría el nombre de “*Neza Radio*”. Actualmente, dicha emisora está fuera del aire, sin embargo, sus integrantes plantean la retransmisión en

poco tiempo, con otro nombre, otro equipo técnico, así como la reestructuración del equipo humano.

Según señala Jesús "estamos listos para salir al aire, y apoyar este movimiento, principalmente después de terminada la huelga en la Universidad, cuando la *Ké Huelga* termine sus transmisiones, nosotros estaremos dispuestos a seguir el trabajo".

Por otro lado, surge en la Escuela Nacional de Artes Plásticas (ENAP) de la UNAM, "*Sublevarte*", en el 102.1 de frecuencia modulada, en un principio, sin embargo se cambió al 102.9 en la misma banda. Perteneciente a la comunidad parista de la misma escuela. Inicia sus transmisiones en el mes de septiembre de 1999. Sin embargo, desaparece por la misma razón de la *Ké Huelga*, la intervención de la Policía Federal Preventiva a las instalaciones universitarias.

En Tezontepec de Aldama, estado de Hidalgo, por su parte, una estación más de la Radio Libre emitió su señal por el 90.1 de FM, con un transmisor como el de Radio Pirata.

En diciembre de 1994, *Radio Pirata* puso a disposición del Gobierno Chiapaneco en Rebeldía, afín al EZLN, encabezado por Amado Avendaño, un equipo completo de transmisión (todo, salvo la grabadora) para el proyecto de *Radio Rebelde*. A diferencia de *Televerdad*, con su cabina instalada al aire libre, *Radio Rebelde* fue semiclandestina y después itinerante: transmitió inclusive desde otros estados, al pasar por allí la caravana de apoyo al Gobierno de Transición en Rebeldía con rumbo a la Ciudad de México. A principios de septiembre de 1995, el gobierno rebelde, para entonces en crisis terminal, devolvió el equipo.

El 14 de enero de 1998, casi dos años y medio después, en La Garrucha, Chiapas, cabecera de un municipio autónomo de la Selva Lacandona, *Radio Insurgente*, la emisora itinerante y completamente clandestina de los zapatistas, transmitió por el 107.1 de FM

un "comunicado interno" en voz del Subcomandante Marcos, después del sepelio de una mujer asesinada en la ciudad de Ocosingo el 12 de enero por la policía.

El origen de esa transmisión se desconoce, pues los zapatistas enviaron el mensaje grabado, aprovechando la presencia de la prensa y la sociedad civil, y seguramente de inmediato se retiraron. Esta emisión tiene por lo menos un precedente: en diciembre de 1994, los zapatistas habían transmitido a través de su estación de radio en la selva un mensaje para que lo escucharan los periodistas que se encontraban de visita en Guadalupe Tepeyac, su principal bastión entonces.

Radio Pirata manejaba el concepto de "radio ciudadana", mientras que la Asamblea de Barrios hablaba de "radio comunitaria". Una emisora que nació en Cuernavaca, Morelos, en marzo de 1995, a instancias de Graco Ramírez y Mujeres en Lucha por la Democracia, aunque transmitió por el 89.1 de FM, como repetidora de *Televerdad*, adoptó el nombre de *Radio Ciudadanos al Aire*. El día de su nacimiento fue el único de su existencia, pues antes de que pudiera tener eco, el gobierno le ofreció media hora a la semana en la radio estatal y el grupo aceptó.

Otra estación de radio instalada en una plaza pública, en Tepoztlán, también del estado de Morelos, aunque sin relación con *Televerdad: Radio Comunitaria*, *XEPTZ*, *La Voz del Tepozteco*, una singular experiencia inaugurada en noviembre de 1995 por estudiantes de la UAM-Xochimilco de la carrera de Comunicación Social, como parte del proyecto "La Radio Comunitaria".

Cuando *Televerdad* y *Radio Pirata* iniciaron sus transmisiones, también la UAM-Xochimilco y la Universidad Autónoma de Chapingo, después de tantos años de tramitar los permisos, decidieron "saltar esa barrera y transmitir así, por la necesidad de hacerlo".

La Universidad Autónoma de Puebla y la Universidad Autónoma de Guerrero, así como estudiantes de la Universidad Autónoma de Sonora, coinciden en haber sufrido hostigamiento en el momento de querer servir a la comunidad. Como ejemplos de radio

universitaria en la Ciudad de México, podemos mencionar también a *Radio Ibero* (Universidad Iberoamericana), *Radio UIC* (Intercontinental) y *Radio Universidad del Valle de México*, entre otras

Se puede citar, también, la experiencia de HEJN-OC, *Radio Huayacocotla*, de 1973 a 1996, y HEYT, *Radio Cultural Campesina*, en Teocelo, ambas en el estado de Veracruz, como ejemplo de radio participativa e indigenista.

Cabe mencionar que algunas de las emisoras que se han nombrado han dejado de transmitir por algunos meses, sin embargo, en la actualidad se encuentran en operación, como es el caso de: Radio Interferencia, Neza Radio (reinaugurada el 9 de septiembre de 2000), Sublevarte y Ké Huelga (reinstalada el 16 de mayo del presente año, ahora en el 91.7 de FM), entre otras. Con nuevo equipo técnico, obtenido por donaciones o compras por parte de los colectivos, con personal renovado, pero con el entusiasmo de expresarse libremente. Asimismo, en los próximos meses y años resaltaré el hecho de la aparición de, cada vez más, radios libres dentro de todo el contexto mencionado.

Epílogo.

Dos sucesos relevantes en relación con los medios electrónicos de comunicación masiva estuvieron presentes en el surgimiento de *Televerdad* y sus emisoras hermanas. El entonces reciente proceso de desincorporación de los dos canales de la televisión estatal mostró la falta de acceso de la sociedad civil a dichos medios.

El 13 de octubre de 1994, otro hecho puso de manifiesto el mismo criterio de selección (o discriminación) para el otorgamiento de concesiones y permisos: el entonces titular de la SCT, Emilio Gamboa Patrón, anunció que habían sido otorgadas 40 concesiones en menos de 10 días, entre otros, a Televisa. Para entonces, la Universidad de Puebla tenía cerca de 22 años de haber solicitado permiso a la SCT para poner en funcionamiento su emisora; en la misma situación se encontraba la Universidad

Zacatecas, con 19 años de haber tramitado lo propio, y cumpliendo ambas con todos los requerimientos técnicos establecidos por la ley.

De ahí que *Televerdad* haya formado parte de una estrategia concebida para que la sociedad civil peleara, en el terreno legislativo, por todos los espacios disponibles en radio y TV, y los defendiera con la movilización.

Aún con su reducida cobertura y demás limitaciones técnicas, con más imaginación que recursos y mayor entusiasmo que experiencia, las estaciones de la Radio Libre en México significan, al menos simbólicamente, una fisura en el monopolio de la iniciativa privada y el Estado sobre los medios electrónicos de comunicación, y una prueba palpable de que los costos económicos son bajos, que no existen problemas técnicos o tecnológicos para impedir el acceso de la sociedad civil a tales medios.

El problema radica en la aplicación de una política discrecional y excluyente en la asignación de los espacios, al concentrarlos en un reducido grupo y propiciar que sean utilizados únicamente por quienes tienen suficiente poder económico para comprarlos.

El movimiento generado a partir de iniciativas como *Televerdad* en 1994 o *Ké Huelga* en 1999, es un fenómeno espontáneo que responde a la necesidad de que la sociedad civil cuente con medios propios para comunicarse, y es también un proceso de resistencia creativa, no obstante que ninguno de los cambios recientes en la correlación de fuerzas políticas altera el panorama de los medios electrónicos de comunicación masiva, cuyo monopolio se traduce en un acaparamiento escandaloso de concesiones y permisos para operar las frecuencias de radio y televisión.

La Radio Libre en México, como forma de comunicación alternativa, en comparación con los ejemplos más notables de la experiencia latinoamericana, sigue siendo una experiencia incipiente y algo más que anecdótica.

Aterrizando, geográficamente, el tema de radio libre, alternativa y/o de participación a continuación se presenta la experiencia de radio en la región istmeña, particularmente el municipio de Juchitán, lugar donde existió en algún momento la emisora del pueblo.

B) RADIO AYUNTAMIENTO POPULAR.

Como se ha dicho, dentro del contexto que envuelve esta investigación, es preciso hablar de las experiencias radiofónicas de participación social y política en el estado de Oaxaca, específicamente Juchitán de Zaragoza (Istmo de Tehuantepec), con el precedente Radio Ayuntamiento Popular.

Surge en el histórico Ayuntamiento Popular de Juchitán (1981-1983), sin proponerse ser una estación "pirata", sin embargo lo fue al carecer de permiso legal para operar. Con la desaparición de poderes en Juchitán, la alcaldía fue declarada tan ilegal como su emisora, por lo que dejaron de existir al mismo tiempo. Ahora bien, una estación de radio popular no es necesariamente una emisora pirata en el sentido de que no cuenta ni se propone contar con permiso legal: podría tenerlo y seguir siendo popular.

Las emisoras descritas anteriormente constituyen sólo algunas muestras de servicio a la comunidad, aun con todos sus altibajos, cuando precisamente las autoridades o los caciques han querido aprovecharse de su influencia en las comunidades a las que sirven. Por ello han tenido que sufrir la represión y la censura, hasta llegar a la clausura

Cuando la voz de la radio es la voz del pueblo.

Algunas veces se escucha la pregunta de sí el movimiento popular del Istmo es cultural o político. De entrada se traza una línea divisoria y considera excluyente el fenómeno político de lo cultural. Sin esbozar un esquema debiera decirse que el

movimiento popular istmeño fue eminentemente político, y añadir: es político porque surgió por la expresión cultural de los pueblos de la región.

La historia de estos pueblos es la historia de sus luchas contra saqueos, aniquilación e imposiciones, es historia de luchas por construir un futuro como evolución de culturas milenarias. En todo caso la defensa de nuestra cultura no significa su "rescate": no somos flora o fauna en extinción; tampoco significa defensa o vuelta al primitivismo. La defensa de nuestra cultura significa la defensa de un modo de reordenar las relaciones sociales, todo ello basado en la recuperación de las riquezas comunales, en su explotación colectiva, en el justo intercambio de los productos del trabajo y para tener en nuestras manos los instrumentos de negociación para tomar decisiones que nos incumban.

Como en el resto del país, en el Istmo los medios de difusión inoculan modelos de vida basados en la competencia, el individualismo y el consumo; defienden además intereses de quienes explotan al pueblo porque hacen aparecer como naturales la existencia de caciques, explotación del trabajo y competencia comercial. Los medios de difusión halagan sin recato las peores acciones del régimen y niegan la difusión de los problemas populares.

Cuando la Coalición Obrero-Campesino Estudiantil del Istmo (Cocei) conquista el ayuntamiento de Juchitán (1981), entre sus tareas incluyó la creación de un medio popular de difusión: Radio Ayuntamiento Popular (RAP). La tarea no fue fácil en un principio contó, con algunos lineamientos generales, escasa experiencia técnica y generosa asesoría de quienes laboran en nuevos proyectos de radiodifusión.

El escaso acervo pronto se enriqueció con donaciones del pueblo quien de inmediato notó la diferencia con la radio comercial: mejor música y ¡sin comerciales!, eso ya era un suceso, pero no el único; en Radio Ayuntamiento Popular se trataban los problemas de los campesinos y los trabajadores, iniciaba un nuevo tipo de noticiero y programa para niños.

Sin embargo, RAP tenía las limitaciones propias de un proyecto novedoso, no había precedentes, ni modelos a seguir, no había experiencia previa. Sólo la propia capacidad de comprender esta radio no como producto de autoconsumo, es decir, sin programación "al gusto" exclusivo de sus programadores. Sólo esa capacidad de comprenderla, no como voz que hablara al pueblo, sino como la voz del pueblo, dando con ello un paso adelante.

Medida obligada fue entonces establecer un canal de retroalimentación para fortalecer la radio. Su primera consecuencia: iniciar las transmisiones en zapoteco, siendo el idioma que hablan la mayoría de los poblados de Juchitán. Buena parte de la población es bilingüe, para la mayoría, el zapoteco es su lengua.

Dentro del marco de lineamientos generales se incrementó el acervo para ofrecer realmente nuevas alternativas al conformar gustos musicales. Se abandonó la música comercial y cuidó de ofrecer productos dignos de expresión artística: "tocamos boleros, pero buenos boleros; música "ranchera", pero buena música ranchera; rock, pero buen rock".²⁹

Además se trabajó en desmitificar la "música popular mexicana" concebida como música "ranchera". Uno de los grandes avances en RAP fue ofrecer, a lo largo de su programación, un panorama de lo que es la música popular de las distintas culturas de México, desde marimbas chiapanecas y trovas yucatecas, hasta los huapangos y polkas, con los sones de todas las tierras. La música de todo México como expresión artística de su pueblo, no como producto de negocios de compañías disqueras o estaciones de radio.

Respecto de la música de la región del Istmo se dedicaron varios programas al día para difundir viejas grabaciones, interpretaciones de nuevos artistas, nueva composición y canciones ya olvidadas. En Radio Ayuntamiento, el espacio dedicado a la música regional fue muy importante.

²⁹ López Mateos, Manuel, "Una experiencia: cuando la voz de la radio es la voz del pueblo". en Juchitán: Lucha y Poesía, pág. 17

En términos de programación musical cabe destacar el “concierto” para difusión de la llamada “música clásica” no solamente con obras de “divulgación”; “...se incluyó Dvorak, Stravinski, Bartok, Orff y otros que podrían considerarse de acceso limitado, para comprobar su buena aceptación entre los radioescuchas. Incluso se solicitó la emisión de conciertos a las cinco y media a las seis de la mañana, horas en que el auditorio es campesino”.³⁰

Uno de los más ambiciosos y logrados proyectos de RAP fue su programa para niños ¡realizado por niños! como producto de un taller infantil de radiodifusión. Aquí fueron particularmente importantes los canales de retroalimentación para estabilizar la calidad del programa lo que signifió superar la etapa en la que solamente algunos programas interesaban muchísimo a los niños radioescuchas, y otros no.

Radio popular = radio del pueblo.

Hay ciertas teorías que conciben a la radio como popular en el momento que incluye algunos espacios donde “la gente del pueblo” llega a la cabina de transmisión a exponer sus problemas. Consideramos ésta como concepción limitada; no estamos en contra de realizar tal actividad, pero pareciera que quienes aspiran a ella representan concepciones de radio “desde fuera” que tratan de acercarse al pueblo cediéndole un espacio.

Sin embargo, para el equipo de Radio Ayuntamiento eso era limitado. Por lo que la emisora no era una voz que habla al pueblo, fue la voz de ese pueblo. Se logró convertir en verdadera expresión popular, conformando su equipo con el mismo pueblo. Cabe aclarar que la Cocei no es una organización que logró vincularse con el pueblo, sino que ésta es la expresión organizada de un movimiento popular.

³⁰ *Ibidem*

Si en principio fue un pequeño y entusiasta grupo el que logró iniciar RAP, también la estación devino, como la organización, en expresión radiofónica popular. No bastó dar un espacio radiofónico “para el pueblo”, fue la gente del pueblo: activistas, campesinos, trabajadores, estudiantes, colonos, comerciantes, maestras, esposas de pescadores, quienes conformaron el personal de la misma. Elementos del pueblo y no una elite, hicieron marchar la radio. Como Cocei, como Radio Ayuntamiento Popular, era el pueblo expresado política y radiofónicamente.

Toda la locución en zapoteco la realizó la comunidad: los programas de campesinos por campesinos, los programas de los colonos por colonos, los programas de los niños los realizaron los niños, mismo que participaban en sus instancias de organización política, en la lucha.

En la tercera etapa, Radio Ayuntamiento es voz de un movimiento popular, es una radio popular. Constituye realmente una alternativa de radiodifusión para los pueblos del Istmo. Y un ejemplo para los proyectos populares de radiodifusión debido a que se tenía un acercamiento con la comunidad, pero al mismo tiempo era parte de ella.

Otros aspectos de Radio Ayuntamiento que le dieran su perfil son:

1. El programa Igudxa (tierra fértil), que de manera coloquial, a la hora en que el campesino se prepara para ir a la labor, daba una reseña de los problemas agrarios de la región y comenta sucesos.
2. El programa infantil donde niños relataban, en zapoteco y en castellano, poemas, cuentos y juegos.
3. Los noticieros, que en lugar de un relato inconexo de acontecimientos, logra, mediante entrevistas, lecturas de diarios, opiniones y testimonios, una visión global de los sucesos regionales. Proporcionaba además una reseña crítica de las noticias nacionales e internacionales.

4. Programas donde se comentaban las más importantes luchas obreras en el país.

5. Las emisiones preferidas trataban de poesía, cuento y leyendas zapotecas, con música y comentarios, estos últimos por los más distinguidos intelectuales de la región".³¹

El pueblo aportó, día con día, nuevas ideas: programas de teatro, novelas de aventuras, relatos de leyendas novelados, poesía de jóvenes, poesía bohemia. En fin, mil y una ideas surgieron como posibilidad de creación popular. Pero ante toda esta riqueza de creación, ante todo el intento de un pueblo por expresarse, por tener una voz y expandirla, se alzó una oscura y tenebrosa respuesta: el gobierno mexicano decidió ahogar la más fresca y legítima voz de un pueblo, interfiriendo Radio Ayuntamiento Popular. Cabe mencionar, que el financiamiento para RAP, provenía del Ayuntamiento Popular de Juchitán, de la Cocei y de la propia comunidad, gustosa de participar con este proyecto.

La interferencia no calló al pueblo.

La interferencia sólo muestra la incapacidad del gobierno mexicano: como éste no fue capaz de hablar con el pueblo, impidió -e impide- que la comunidad hable.

También sucede con el Ayuntamiento Popular: como el gobierno mexicano es incapaz de resolver los problemas de los pueblos del Istmo impide que el pueblo mismo los solucione. De la misma forma sucedió con el comisariado Ejidal y de Bienes Comunales, quienes al verse incapacitados para resolver los problemas agrarios de la región, impidieron que el mismo pueblo los resolviera.

Finalmente, nunca se otorgó permiso para el funcionamiento de Radio Ayuntamiento Popular. La emisora tuvo el mismo destino que el Ayuntamiento. La ocupación militar destruyó las instalaciones.

³¹ *Ibidem*.

Hoy la idea de radio cultural en la región son los anuncios de “beverages”, las “sandeces” de los locutores y los llamados a incorporarse a la vida egoísta y de consumo. Con escasa participación de algunos programas culturales, donde se expone con música, los sones y festejos de la comunidad, no siempre en el idioma zapoteco.

Más adelante se expondrá qué estaciones de radio y qué programas tratan los aspectos culturales de la región.

2. SITUACIÓN ACTUAL DEL ESTADO DE OAXACA

2.1 POBREZA Y MARGINACION.

Dentro de la presente investigación es importante contextualizar las condiciones sociales que imperan en el estado de Oaxaca. El siguiente apartado corresponde a la pobreza y marginación, en él se describen las características que existen en la región, en la cual se encuentra el municipio Juchitán de Zaragoza, entidad a estudiarse posteriormente.

En un inicio se establecen las distintas definiciones de pobreza, así como aquellos conceptos vinculados con la misma, las características y niveles establecidos por distintas instituciones encargadas de realizar dichos estudios. De este modo, se exponen índices realizados en años pasados (los más recientes), cuyas cifras arrojan los niveles de pobreza, desnutrición y marginación que existen en el país, donde se resaltan los correspondientes al estado oaxaqueño.

Se añaden los programas que el gobierno ha puesto en marcha para combatir la pobreza, así como las críticas. Por último, se menciona el número de defunciones en el estado, las principales causas de muerte y el porcentaje respectivo.

De todas partes son y por todas partes vienen, solos o acompañados, en grupos o familias, comunidades o estados de la República; mosaico de vida diaria y ancestral, llena de contradicciones en su condición humana, desde los pueblos más remotos ubicados en la serranía hasta las grandes urbes. En todos los tiempos, en todos los espacios, los mexicanos hemos observado, vivido y, las más de las veces, sufrido, la pobreza y miseria como acompañantes permanentes de un destino inamovible.

Los pocos sólo observan la miseria, la marginación, el analfabetismo, la enfermedad, la pobreza, los muchos se encuentran en lucha constante, en el esfuerzo y sufrimiento de lo que representa vivir en ella. Sin embargo, mantienen la esperanza puesta en la honestidad, aún contra la corriente representada en deficiencias legales, excesos judiciales, falta de espacios para ser escuchados, que se contradicen con su gran riqueza cultural, motivo de estudios, guiones, cintas cinematográficas, literatura, mismas que enriquecen la comunicación entre ambas partes.

La pobreza es una de las situaciones que se identifican en el estudio general del nivel de vida del hombre. El Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española expresa el significado de pobre como "necesitado, menesteroso y falto de lo necesario para vivir, o que lo tiene con mucha escasez". Igualmente, define pobreza como "necesidad, estrechez, carencia de lo necesario para el sustento de la vida". Así pues surgen dos señalamientos claros: 1) los términos pobreza y pobre están asociados a un estado de necesidad, de carencia; 2) dicha carencia se relaciona con lo necesario para el sustento de la vida.

Por otro lado, necesidad tiene como significado: "falta de las cosas que son menester para la conservación de la vida", significa también "impulso irresistible que hace que las causas obren infaliblemente en cierto sentido" y "todo aquello a lo cual es imposible substraerse, faltar o resistir".

De este modo, cuando hablamos de necesidad nos referimos a la falta de las cosas que son indispensables para la conservación de la vida, pero también a una situación a la cual es imposible substraerse y a la acción infalible de las causas. Pero las necesidades humanas están determinadas y normadas socialmente y son un objetivo válido de conocimiento.

En el sentido de algunos aspectos necesarios están los conceptos de desnutrición (depauperación del organismo originada por trastornos de la nutrición y falta de proporción entre lo asimilado y lo eliminado) y pobreza alimentaria, en el caso de la

alimentación es la humanización de necesidades biológicas. Desde la perspectiva de la satisfacción de necesidades humanas, la alimentación del hombre tiene que concebirse como un fenómeno complejo, configurado por lo que se come, la preparación de ésta y su consumo. Qué se come, cómo y con qué se come, y en compañía de quién, son elementos que conforman la necesidad humana de alimentación.

Es importante detenernos en el problema de desnutrición, relacionado directamente con la pobreza, que en nuestro país es grave, ya que en la mayor parte de los municipios del sur y sureste los niveles van de moderados a muy altos, sin ninguna variación en los últimos quince años, en zonas donde se tiene un gran rezago. En las regiones indígenas la dieta a la que la población puede acceder, está basada en tortilla y frijol, con lo que se dificulta el desarrollo mental y físico de los habitantes, añadida la presencia de enfermedades.

La Evaluación de 1997 del Programa Nacional de Acción a Favor de la Infancia refleja que entidades como **Oaxaca**, Puebla, Guanajuato, Hidalgo y Chiapas registran tasas de mortalidad por desnutrición significativamente superiores al promedio nacional, que es de 19.2 por 100 mil habitantes del grupo de edad (menores de cinco años). En 1996, en esos estados murieron por desnutrición **48.2**, 47.6, 32.5, 23.2 y 22.5 niños por cada 100 mil habitantes, respectivamente.

Respecto a la mortalidad materna, las estadísticas de la Evaluación 1997 muestran que las mayores tasas por 10 mil nacidos vivos registrados ocurren en los estados de Morelos (9.0), **Oaxaca (8.5)**, Puebla (7.0), Guerrero (6.9), México (6.9), Chiapas (5.9) y Veracruz 5.1). Asimismo, la incidencia de enfermedades diarreicas e infecciones respiratorias agudas está relacionada estrechamente con la desnutrición.

Según la Encuesta Nacional de Nutrición muestra en las áreas rurales una desnutrición presente en 43% de los infantes menores de cinco años. Destacan los casos de Guerrero, Yucatán y Puebla donde las deficiencias nutricionales son de moderadas a

severas en más de 25% de los menores, mientras el promedio nacional se ubica en 16.9%.

Estados como Oaxaca, Chiapas, Hidalgo, Campeche, Quintana Roo, Guanajuato, Tlaxcala y Veracruz también se encuentran por encima de la media nacional. Sin embargo, entre 1990 y 1996 la mortalidad por deficiencias en la nutrición disminuyó 44.8% y la tasa descendió de 34.8 por 100 mil habitantes a 19.2. Los indicadores sociales más evidentes, como la educación, dan cuenta de la difícil situación que viven, ya que el analfabetismo en el ámbito nacional es de 12%, en el campo llega a 38% y en las comunidades indígenas hasta un 50%.

En la medida en que alimentarse para el hombre es mucho más que nutrirse, la necesidad alimentaria se define con normas sociales y no sólo biológicas. Por tanto, la subnutrición se entendería como la ingesta insuficiente de alimentos o su asimilación deficiente, que termina por manifestarse en pérdida de peso y otros síntomas identificables médicamente.

DESNUTRICIÓN

| Zona 89 | Normal | | Leve | | Moderada y severa | | N | |
|-----------------|--------|------|------|------|-------------------|------|------|------|
| | 1989 | 1996 | 1989 | 1996 | 1989 | 1996 | 1989 | 1996 |
| Frontera | 78.2 | 90.9 | 15.9 | 8.0 | 5.9 | 1.1 | 239 | 88 |
| Baja California | 76.6 | 78.5 | 13.6 | 11.7 | 6.8 | 9.8 | 176 | 205 |
| Noroeste | 84.0 | 79.2 | 12.6 | 14.2 | 3.5 | 6.6 | 318 | 366 |
| Norte | 53.2 | 69.7 | 31.7 | 22.8 | 15.2 | 7.5 | 158 | 597 |
| Norte Centro | 68.5 | 67.1 | 24.2 | 23.3 | 7.3 | 9.6 | 302 | 653 |
| Noreste | 67.4 | 68.9 | 27.5 | 23.4 | 5.1 | 7.7 | 138 | 286 |
| Pacífico | 69.2 | 69.9 | 25.6 | 21.2 | 5.2 | 8.9 | 458 | 617 |

| | | | | | | | | |
|----------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|--------------|--------------|
| Norte | | | | | | | | |
| Centro Norte | 52.4 | 64.6 | 36.0 | 22.5 | 11.6 | 12.9 | 267 | 830 |
| Occidente | 66.3 | 69.9 | 25.9 | 20.3 | 7.8 | 9.8 | 965 | 1088 |
| Bajo | 59.0 | 57.7 | 28.4 | 26.4 | 12.7 | 15.9 | 1460 | 2799 |
| Huasteca y Sierra | 31.1 | 44.8 | 35.2 | 30.0 | 33.7 | 25.2 | 1263 | 2619 |
| Altiplano Norte | 53.9 | 55.9 | 30.7 | 30.0 | 15.4 | 14.1 | 1051 | 1735 |
| Sureste | 53.1 | 42.9 | 30.4 | 31.3 | 16.5 | 25.8 | 1061 | 2560 |
| Altiplano Este | 60.1 | 44.3 | 23.9 | 30.1 | 16.0 | 25.6 | 597 | 1162 |
| Golfo Centro | 45.5 | 49.9 | 30.7 | 31.2 | 23.7 | 19.0 | 628 | 1149 |
| Mixteca y Cañada | 29.6 | 38.0 | 30.5 | 32.3 | 39.9 | 29.7 | 1369 | 1468 |
| Pacífico Sur | 30.7 | 44.9 | 36.0 | 32.5 | 33.3 | 22.5 | 573 | 1242 |
| Golfo Sureste | 45.8 | 51.1 | 34.5 | 31.7 | 19.7 | 17.2 | 640 | 2522 |
| Península de Yucatán | 32.8 | 39.0 | 37.4 | 33.4 | 29.8 | 27.7 | 728 | 1432 |
| Nacional | 52.7 | 52.2 | 28.3 | 28.6 | 19.0 | 19.3 | 12391 | 23418 |

Nota: Instituto Nacional de la Nutrición Salvador Zubirán (INNSZ), Enal 96

N=

En México no se ha encontrado la forma para reducir el número de pobres, sin embargo se han medido los grados o categoría de pobreza de la población. Como se mencionó, un pobre, según el diccionario, es todo aquel que carece de lo necesario para vivir o lo tiene muy limitado. Para el Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática (INEGI) pobre es aquella persona que recibe en el ámbito familiar dos salarios mínimos, es decir, aproximadamente 69 pesos diarios (hasta diciembre de 1998).

En México, tres cuartas partes de la población son pobres, esto equivale a casi 70 millones de habitantes.

Las familias mexicanas (60.16 % de ellas) viven entre la pobreza y la pobreza extrema, es decir carecen de lo básico para vivir. Cabe señalar que en los últimos años el incremento de la población que vive en pobreza extrema ha aumentado en 15 millones.

La población denominada pobre, aquella que vive en hogares en los cuales el ingreso per cápita es menor que la línea de pobreza, eran de 61.7 millones en 1994 y pasa a 72.2 millones en 1996, un crecimiento absoluto de 10.6 millones, 3.3 veces el crecimiento poblacional. El porcentaje que representa de la población total creció del 69% al 78%, arrojando a la pobreza a 10.6 millones de mexicanos más, en sólo dos años.

Con ello se incrementaron los pobres en extremo (cuyo ingreso familiar per cápita es inferior a la línea de pobreza extrema que es sólo 66% de la línea de pobreza), que eran 36.2 millones en 1994 aumentando hasta 50.9 millones en 1996, un incremento de 14.7 millones de pobres extremos en dos años. Dicho ascenso es mayor que el del total, lo que se explica porque el número absoluto de pobres moderados disminuyó en 4.2 millones.

Cabe señalar que la mayor parte del aumento en la pobreza extrema tuvo lugar en los indigentes, aquellos cuyo ingreso *per cápita* es menor al 50% de la línea de pobreza, los que viven en la miseria. Pero la otra cara de la moneda manifiesta la reducción en 7.3 millones de los no pobres, en contraste con el aumento de la pobreza.

EVOLUCION ABSOLUTA Y RELATIVA DE LA POBREZA EN MEXICO 1994-1996

| | 1994 | 1996 | INCREMENTO |
|----------------------|--------|--------|------------|
| Población (millones) | 89.368 | 92.587 | 3.219 |
| Pobres (millones) | 61.664 | 72.219 | 10.555 |
| % de la población | 69.0 | 78.0 | 11.8 |

| | | | |
|-----------------------------|--------|--------|--------|
| Pobres moderados (millones) | 25.470 | 21.295 | -4.175 |
| % de la población | 28.5 | 23.0 | -4.147 |
| Pobres extremos (millones) | 36.2 | 50.9 | 14.7 |
| % de la población | 40.5 | 55.0 | 16. |
| Indigentes (millones) | 29.760 | 40.090 | 10.330 |
| % de la población | 33.3 | 43.3 | 11.6 |
| No pobres (millones) | 27.7 | 20.4 | -7.3 |
| % de la población | 31.0 | 22.0 | 8.2 |

Fuente: Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares (ENIGH) 1996.

En 1994, en millones cerrados, la estructura social expresada en pobres extremos, pobres moderados y no pobres era de: 36, 25, 28 y se transformó a 51, 21, 22 respectivamente. Se observa que en la primera se da con una estructura con cierto equilibrio entre estos tres grupos (a pesar del transcurso de doce años de incremento de la pobreza bajo regímenes neoliberales). En la segunda se muestra el rostro de una sociedad pauperizada en la cual los pobres extremos se constituyen en mayoría absoluta, habiendo crecido como dijimos de 36 a 51 millones, mientras los pobres moderados y los no pobres, que eran 53 millones en 1994 disminuyen hasta 43 millones en 1996.

Ante esto, el 6 de agosto de 1997, el gobierno Zedillista puso en marcha el Programa de Educación, Salud y Alimentación (Progresá), iniciando su operación con 200 mil familias, aproximadamente, de Campeche, Chihuahua, Coahuila, Guanajuato, Hidalgo, Oaxaca, Puebla, Querétaro, San Luis Potosí y Veracruz.

Información de la Sedesol destaca que, al finalizar 1998, "Progresá" llegará a más de un millón 942 mil familias de 28 estados, cuando su meta era abarcar al año 2000 con una cobertura de dos millones de familias a las que se les proporcionarían becas escolares, atención médica y complementos alimenticios.

Por su parte, la presidenta de la Comisión Nacional de Derechos Humanos (CNDH), Mireille Roccatti declaró a la prensa que "para el próximo siglo el reto de los

países con economías emergentes será el combate a la pobreza extrema que afecta a amplios sectores sociales y genera constantes violaciones a las garantías fundamentales. Destacó que las crisis económicas recurrentes por las que atraviesan la mayoría de los países del tercer mundo 'provocan la regresión de los logros en la progresividad y efectividad de los derechos humanos de la segunda y tercera generaciones. Este fenómeno se agrava debido a las relaciones internacionales poco justas, por lo que es necesaria la participación solidaria de la comunidad internacional en la distribución más equitativa de la riqueza, hasta ahora concentrada en las naciones post-industrializadas o del primer mundo".³²

Sin embargo, el apoyo internacional se dio en 1998, cuando el gobierno mexicano firmó un crédito con el Banco Mundial (BM) por 300 millones de dólares para extender a 10 regiones indígenas más el Programa de Desarrollo Productivo Sostenible en Zonas Rurales Marginadas. Datos de la oficina de Programas Regionales establecen en 20 estados y 853 municipios, 48 regiones marginadas con potencial productivo no desarrollado; su población es de 17 millones de habitantes identificados en 1.6 millones de unidades de producción, con restricciones tecnológicas y de comercialización.

Las macro-regiones son: sur (Chiapas, Guerrero y Oaxaca), sureste (Quintana Roo, Tabasco, Veracruz y Yucatán), centro (Hidalgo, Michoacán y Puebla) y norte (Durango, Nayarit, Jalisco y San Luis Potosí).

Por su parte, el director general de Programas Regionales de la Secretaría de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural, Eduardo Pérez Haro señaló que "el programa busca el impacto regional, mediante la incorporación de nuevas tecnologías a los procesos tradicionales que permitan establecer modelos de producción alternativos como vehículo de cambio estructural para abatir la pobreza".³³

³² "La pobreza contraria a los fines de las garantías individuales". La Jomada. México. 15 de noviembre. 1998. p.45

³³ Martha García. "Ampliarán programa para zonas marginadas" La Jomada. México. 18 de julio. 1998. p.7

En 1998, además de las chiapanecas, se incluyen las regiones indígenas corahuichol (Durango, Jalisco y Nayarit), Costa Chica y Tierra Caliente (Guerrero), Sierra Gorda (Hidalgo), costa (Michoacán), Tuxtepec (Oaxaca), Sierra Norte (Puebla), centro peninsular (Quintana Roo), altiplano (San Luis Potosí), Frontera (Tabasco-Campeche), Sierra de Sotepan y los Tuxtlas (Veracruz) y maricera (Yucatán). De donde se destaca un 67% de población indígena y 85% con ingresos menores a dos salarios mínimos dentro de la población señalada, ubicada en municipios de alta y muy alta marginación.

En reportaje especial, publicado por el diario *El Financiero*, la periodista Marissa Macías publica un documento de la Secretaría de Desarrollo Social (Sedesol), instancia que sirve de base a las acciones de gobierno para aplicar programas que disminuyan la pobreza, donde se muestra que: los mexicanos marginados se ubican en mil 376 municipios --56.90%-- de los dos mil 418 que integran al territorio nacional.

Dicho estudio indica también que el Consejo Nacional de Población (Conapo) determinó que, en 1995, tres de cada cuatro localidades del país están en la categoría de alta y muy alta marginación, y concentran 16.9 % de la población nacional, principalmente en Veracruz, Chiapas, Oaxaca, Puebla, Guerrero, México y Michoacán. Asimismo, la población chiapaneca, oaxaqueña, guerrerense, de Hidalgo y Michoacán son las de menor desarrollo humano. Sin embargo, otro estudio realizado por la División de Estudios Económicos y Sociales de Banamex determinaron un índice de bienestar social con base en ocho indicadores, Chiapas y Oaxaca obtuvieron el valor más bajo, seguidos por los estados de Hidalgo y Guerrero.

Los Programas de combate a la pobreza, nacen en México en los años setenta; el investigador Juan Manuel Sandoval señala: "y para dar una explicación política de cómo surgen, más allá de la parte tecnológica, es necesario tomar en cuenta las manifestaciones sociales y la crisis en la que entra el sistema político mexicano en esos años".³⁴ Es decir, refiere el investigador del Centro de Investigación y Docencia

³⁴ Alejandro Suverza "Programas sociales, el arma" *El Financiero*. 16-October 1998 p.38

Económica, Guillermo Trejo Osorio, "se quita esa parte del presupuesto social para que ya no lo manejen las secretarías tradicionales y los sindicatos, dejando sólo en manos de la Presidencia los recursos de una manera centralizada".³⁵

Existieron programas pequeños en anteriores sexenios, pero en el salinista, con el Pronasol, se consolida la centralización política, fue un proyecto de combate a la pobreza que se ejecuta desde arriba: Se pone directamente en contacto con las comunidades, y salta ese enramado burocrático de las secretarías de Estado y las agencias tradicionales " ³⁶

Sin embargo, en opinión de Adolfo Chávez, investigador del Instituto Nacional de la Nutrición Salvador Zubirán (INNSZ), "la situación se atiende por el gobierno y por los lineamientos del Banco Mundial, con estrategias equívocas para las condiciones de nuestro país, como es el programa de Educación, Salud y Alimentación (Progresá), el cual "focaliza" subsidios a los pobres extremos en un esquema de manipulación política similar al que registró el Pronasol".

"Es muy probable que el problema de la desnutrición (el primer y más evidente revelador de la pobreza) se mantenga por varios años... pues no hay posibilidades para impulsar una estrategia nacional de seguridad alimentaria, ya que contradiría a las políticas actuales de globalización impuestas por convenios firmados, por programas de ajuste, por los compromisos de la deuda pública... e ir contra esta dinámica es casi imposible".³⁷

³⁵ Ibidem, p.39

³⁶ Ibid. p.39

³⁷ Lourdes Edith Rudiño "La desnutrición en el sur de México, mayor a la de países africanos". El Financiero, 16 de octubre 1998 p.14.

INDICE DE POBREZA

| Estado | Población 1995 | Población marginada | Porcentaje de población marginada |
|---------------|-------------------|------------------------|---|
| Tabasco | 1,748,769 | 1,748,769 | 100 |
| B.C Sur | 375,494 | 375,494 | 100 |
| OAXACA | 3,228,895 | 2,528,785 | 78.31 |
| Yucatán | 1.556.622 | 1.085.294 | 69.72 |
| Campeche | 642.516 | 437.983 | 68.16 |
| Sinaloa | 2.425.675 | 1.641.536 | 67.67 |
| Chiapas* | 3.584.786 | 2.339.159 | 65.25 |
| Tlaxcala | 883.924 | 522.778 | 59.73 |
| Guerrero | 2.916.567 | 1.612.860 | 55.29 |
| Nayarit | 896.702 | 486.699 | 54.27 |
| S.L.Potosí | 2.200.763 | 1.178.825 | 53.56 |
| Puebla | 4.624.365 | 2.279.316 | 49.28 |
| Hidalgo | 2.112.473 | 1.011.325 | 47.87 |
| Quintana Roo | 703.536 | 334.705 | 47.57 |
| Zacatecas | 1.336.496 | 553.645 | 41.41 |
| Veracruz | 6.737.324 | 2.043.698 | 30.33 |
| Sonora | 2.085.536 | 557.396 | 26.72 |
| Durango | 1.431.748 | 310.622 | 21.69 |
| Michoacán | 3.870.604 | 835.826 | 21.59 |
| Coahuila | 2.173.775 | 383.839 | 17.65 |

| | | | |
|-----------------|---------------------|-------------------|--------------|
| Baja California | 2.112.140 | 315.289 | 14.92 |
| Chihuahua | 2.793.537 | 405.239 | 14.50 |
| Morelos | 1.442.662 | 187.329 | 12.98 |
| Guanajuato | 4.406.568 | 540.418 | 12.26 |
| México | 11.707.964 | 1.404.072 | 11.99 |
| Agascalientes | 862.720 | 85.521 | 9.91 |
| Querétaro | 1.250.476 | 105.824 | 8.46 |
| Tamaulipas | 2.527.328 | 179.584 | 7.10 |
| Nuevo León | 3.550.114 | 143.871 | 4.05 |
| Jalisco | 5.991.176 | 205.546 | 3.43 |
| Colima | 488.028 | 4.989 | 1.02 |
| Totales | 82.669.283** | 25.846.236 | 31.26 |

**La cifra de población marginada es de 1990; no se tiene la información de 1995 sobre el área ocupada por militantes del EZLN.*

*** No incluye la población del Distrito Federal. La población contabilizada es la señalada como municipios prioritarios, por su nivel de pobreza, por la Sedesol.*

Fuente: INEGI y documentos de la Sedesol.

En el siguiente cuadro se muestran los niveles en que más de la mitad de los municipios que componen el país (56.90%) ocupa alguno de los cinco niveles de marginación reconocidos oficialmente.

El estado de Oaxaca está integrado por 570 municipios (mayor en el ámbito nacional), de los cuales 425 (74.56%) son considerados como prioritarios, es decir, son municipios que integran alguna clasificación de rango marginal. De este modo en el nivel de marginación Muy Alta: encontramos 163 municipios; en Alta: 219; en Media: 27; en Baja: 14 y Muy Baja: 2. Se puede observar que el estado de Oaxaca ocupaba, hasta 1995, el sexto lugar en el ámbito nacional de marginación, después de Tabasco, Baja California Sur, Chiapas, Guerrero y Puebla.

Medio Pobre.

* El 56.90 por ciento de los municipios del país está ocupado por mexicanos que viven en alguno de los cinco niveles de marginación reconocidos oficialmente. En ninguna de esas clasificaciones, aun en la llamada "Muy Baja", marginación, se incluye a ciudades como Guadalajara, Monterrey o el Distrito Federal.

| Estado | Total de Municipios | Municipio Prioritarios | MA | A | M | B | MB | % |
|---------------------|---------------------|------------------------|------------|------------|-----------|-----------|----------|--------------|
| Tabasco | 17 | 17 | 0 | 1 | 9 | 6 | 1 | 100.00 |
| Baja California Sur | 5 | 5 | 0 | 0 | 0 | 3 | 1 | 100.00 |
| Chiapas | 111 | 100 | 38 | 56 | 4 | 2 | 0 | 90.09 |
| Guerrero | 76 | 58 | 20 | 30 | 4 | 3 | 0 | 76.31 |
| Puebla | 217 | 163 | 36 | 93 | 24 | 10 | 0 | 75.11 |
| OAXACA | 570 | 425 | 163 | 219 | 27 | 14 | 2 | 74.56 |
| Yucatán | 106 | 72 | 2 | 68 | 1 | 0 | 1 | 67.92 |
| Campeche | 10 | 8 | 0 | 2 | 5 | 1 | 0 | 80.00 |
| San Luis Potosí | 58 | 46 | 5 | 28 | 8 | 3 | 0 | 79.31 |
| Sinaloa | 18 | 14 | 0 | 3 | 4 | 6 | 1 | 77.77 |
| Quintana Roo | 8 | 5 | 0 | 1 | 2 | 1 | 0 | 62.50 |
| Hidalgo | 84 | 50 | 12 | 31 | 6 | 1 | 0 | 59.52 |
| Durango | 39 | 22 | 3 | 6 | 5 | 8 | 0 | 56.41 |
| Coahuila | 38 | 21 | 0 | 0 | 8 | 12 | 1 | 55.26 |
| Nayarit | 20 | 10 | 1 | 2 | 0 | 6 | 1 | 50.00 |
| Zacatecas | 56 | 27 | 0 | 11 | 8 | 8 | 0 | 48.21 |
| Chihuahua | 67 | 32 | 4 | 11 | 6 | 9 | 2 | 47.76 |
| Tlaxcala | 60 | 28 | 0 | 1 | 9 | 10 | 1 | 46.66 |
| Aguascalientes | 11 | 5 | 0 | 0 | 2 | 2 | 0 | 45.45 |
| Tamaulipas | 43 | 19 | 0 | 11 | 8 | 0 | 0 | 44.18 |
| Veracruz | 210 | 93 | 39 | 50 | 2 | 1 | 1 | 43.28 |

| | | | | | | | | |
|-----------------|--------------|--------------|------------|------------|------------|------------|-----------|---------------|
| Morelos | 33 | 13 | 0 | 0 | 12 | 1 | 0 | 39.39 |
| Querétaro | 18 | 6 | 1 | 5 | 0 | 0 | 0 | 33.33 |
| Michoacán | 113 | 36 | 1 | 16 | 8 | 11 | 0 | 31.85 |
| Guanajuato | 46 | 14 | 2 | 10 | 2 | 0 | 0 | 30.43 |
| México | 122 | 36 | 0 | 22 | 12 | 2 | 0 | 29.50 |
| Sonora | 72 | 19 | 0 | 0 | 5 | 14 | 0 | 26.38 |
| Baja California | 5 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 20.00 |
| Nuevo León | 51 | 9 | 0 | 5 | 3 | 1 | 0 | 17.64 |
| Jalisco | 124 | 21 | 1 | 14 | 6 | 0 | 0 | 16.93 |
| Colima | 10 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 10.00 |
| Total | 2,418 | 1,376 | 328 | 696 | 191 | 135 | 13 | 56.90% |

Niveles de marginación: MA = Muy Alta; A = Alta; M = Media; B = Baja; MB = Muy Baja

*13 municipios no están clasificados.

Fuente: INEGI y documentos de la Sedesol; cifras de 1995.

DEFUNCIONES GENERALES.

Dentro del universo de estudio (el estado de Oaxaca) es importante señalar el número de defunciones con sus variantes, sexo, edad y principales causas. Las cifras que a continuación se presentan son las obtenidas en el último censo realizado por el INEGI (1996).

| Grupo de edad | Total | Hombres | Mujeres | No especificado |
|---------------|---------------|--------------|--------------|-----------------|
| TOTAL | 18 520 | 10305 | 8 210 | 5 |
| 65 años y más | 8331 | 4018 | 4312 | 1 |

Nota. La información se refiere a las defunciones de personas que tenían residencia habitual en la entidad. Sólo se estipula la edad de 65 años, pues es el grupo de edad cuyo porcentaje pondera sobre los demás.
Fuente: INEGI. Dirección Regional Sur; Subdirección de Estadística.

PRINCIPALES CAUSAS DE MUERTE

| Causa | Defunciones | Porcentaje |
|---|---------------|------------|
| TOTAL | 18 520 | 100 |
| Enfermedades del corazón | 2145 | 11.6 |
| Tumores Malignos | 1601 | 8.7 |
| Accidentes | 1339 | 7.2 |
| Homicidio y lesiones infliginas intencionalmente por otra persona | 1128 | 6.1 |
| DEFICIENCIAS DE LA NUTRICION | 967 | 5.2 |
| Enfermedades cerebro-vascular | 944 | 5.1 |
| Neumonía e influenza | 927 | 5.0 |
| Cirrosis y otras enfermedades crónicas del hígado | 927 | 5.0 |
| Diabetes mellitus | 827 | 4.5 |
| Afecciones originadas en el periodo perinatal | 744 | 4.0 |
| ENFERMEDADES INFECCIOSAS INTESTINALES | 706 | 3.8 |
| ANEMIAS | 347 | 1.8 |
| Resto de las causas | 3188 | 37.6 |

a/incluye 503 casos de disritmia cardiaca y 838 de signos, síntomas y estados morbosos mal definidos, tales distinciones se establecen conforme al acuerdo entre el INEGI y la Secretaría de Salud, para tener elementos de evaluación respecto a la calidad de la certificación médica de las causas de muerte.
Fuente: INEGI, Dirección Regional Sur, Subdirección de Estadística.

Se concluye de este modo que la pobreza, la marginación y la desnutrición son conceptos inseparables, cuya relación se manifiesta en los aspectos sociales, políticos, educativos y económicos del país, principalmente en estados del sur como **Oaxaca**. Dicha entidad se ha visto envuelta de éstos problemas, los cuales han ponderado a lo largo de su historia.

2.2 ESTADÍSTICAS.

En el presente capítulo se mostrarán estadísticas referentes al Estado de Oaxaca, con el fin de contextualizar la situación social, económica, educativa que impera en dicho estado. A su vez será un referente para el estudio de la radio, como medio de comunicación y educación en la región istmeña, particularmente el municipio de Juchitán de Zaragoza.

Dichos datos estadísticos fueron proporcionados por el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI), con sus investigaciones más recientes: el XI Censo de Población y Vivienda *, realizado en 1990 y el Censo de Población y Vivienda* en 1995, de los cuales se desprende la siguiente información:

El Censo de Población y Vivienda 1995 registra al 5 de noviembre, 3 228 895 habitantes en Oaxaca, dicha cifra es 60.2% mayor que la registrada 25 años antes y superior en 6.9% a la de 1990. La tasa de crecimiento promedio anual de 1990 a 1995 (*) es de 1.2%, es decir, en este periodo la población se incrementó cada año en 12 personas por cada 1000 habitantes.

Cabe señalar que la región istmeña contempla un total de 534 059 habitantes, el distrito juchiteco (29) muestra 320 318 y el municipio de Juchitán de Zaragoza 75 946 habitantes, de los cuales 37 165 son hombres y 38 781 mujeres.

En este municipio se registra, para 1997, un total de 2259 nacimientos (1132 hombres y 1127 mujeres) y 364 defunciones (229 hombres y 135 mujeres) anuales.

Por otro lado, es preciso mencionar que el Istmo de Tehuantepec contempla el 16.5% de la población total del Estado, anteponiéndose la región de los Valles Centrales con 24.9%.

* Período comprendido entre el Censo 90 y Censo 95, del 12 de marzo de 1990 al 5 de noviembre 1995 (5.65 años).

De los 30 distritos del estado de Oaxaca, 10 presentan en el periodo de 1990-1995 una tasa de crecimiento promedio anual superior a la estatal. Las tasas más altas se registran en Centro (3.6%) y Juquila (2.7%); le siguen Pochutla (2.4%), Tehuantepec y Zachila (2.1%).

En el estado de Oaxaca 68.3% de la población se concentra en 11 distritos. Los distritos Centro, Tuxtepec y Juchitán son los más poblados; el primero alberga 417 139 habitantes, cuyo porcentaje es de 12.92%, el segundo 370 152 con 11.46% y el tercero Juchitán con 320 318 habitantes con 9.92%; estos contribuyen un 34.3% al total estatal.

Los distritos que le siguen en importancia y cuya población rebasa los 150 000 habitantes son Tehuantepec, Jamiltepec y Pochutla, cuya aportación es de 16.3% de la población estatal. El distrito Centro, donde se ubica la capital estatal (Oaxaca de Juárez) es el de mayor población, pues en éste se concentra, como se mencionó anteriormente, el 12.9% de la población total del estado.

Cabe mencionar que la estructura por edad de la población en la entidad puede considerarse como joven, dado que la población registrada con menos de 15 años representa 39.4% y la de 65 años y más alcanza el cinco por ciento.

Respecto a la composición de la población por sexo, puede decirse que existe un ligero predominio de mujeres. Esta situación se refleja en el índice de masculinidad, el cual indica que hay 96.1 hombres por cada 100 mujeres en el estado.

2.2.1 POBLACION HABLANTE DE LA LENGUA INDÍGENA.

La población de 5 años y más de la entidad que habla alguna lengua indígena asciende a 1 027 847 personas (504 527 hombres y 523 320 mujeres), lo que representa 36.5% de la población de ese grupo de edad.

De 1990 a 1995 hubo un incremento de 9741 hablantes, es decir, esta población creció a una tasa promedio anual de 0.2%.

La composición por sexo de esta población refleja un ligero predominio de las mujeres (51%) sobre los hombres (49%). En Oaxaca, más de 157 mil personas que hablan alguna lengua indígena, son monolingües, es decir, no hablan español. Este volumen de población ha disminuido en el periodo 1990-1995 al pasar de 18.9 en 1990 a 15.4% en 1995.

En el estado oaxaqueño se registraron 41 lenguas indígenas del país, además de 21 personas que hablan otras lenguas indígenas de América. De las lenguas de Oaxaca destaca el zapoteco (34.76%) y el mixteco (22.30%) como las más difundidas, pues son utilizadas por 57.1% del total de hablantes de lengua indígena del estado.

En importancia le siguen el mazateco, chinanteco y el mixe, que son empleados por 14.7, 9.4 y 9.02% de los hablantes respectivamente. La composición por sexo para cada tipo de lengua muestra, nuevamente, el predominio de las mujeres en todas ellas.

Los hablantes de lengua indígena de 5 años y más, residen en casi toda la entidad, aunque la mayor concentración se presenta en los distritos de Tuxtepec, Juchitán, Teotitlán, Mixe, Tlacolula, Jamiltepec, Tlaxiaco y Tehuantepec, en los que se concentra el 59.6% de los hablantes.

Cabe señalar, que un indicador de predominio cultural es el porcentaje de población que habla lengua indígena; si éste es superior a 70%, diversos organismos consideran indígena a la zona.

2.2.2 INDICE DE ALFABETIZACION.

En el estado de Oaxaca, 81.8% de la población de 6 a 14 años sabe leer y escribir; los porcentajes más altos se observan entre los 11 y 14 años, donde más del 94% tiene esa aptitud. El porcentaje más bajo (30.8%) corresponde a los niños de 6 años debido a que es la edad inicial para aprender a leer y escribir.

No existen diferencias por sexo, aunque la proporción de población femenina de 7 años que sabe leer y escribir es ligeramente mayor (67.2%) a la registrada por la población masculina 66.2%.

En contraste, en la población de 15 años y más, el alfabetismo continúa con la tendencia ascendente de las últimas décadas, pues de 72.3% en 1990 sube a 76.8% en 1995. Así, en 1995 el número de personas de 15 años y más que saben leer y escribir crece en 241 780, con respecto a 1990.

En las localidades con menos de 15 mil habitantes, 27% de la población de 15 años y más es analfabeta; en las de 15 mil y más, 10.4% de ese grupo de edad no sabe leer y escribir. Por otro lado, doce de los treinta distritos tienen una proporción alfabetizada igual o superior al promedio estatal (76.8%), el resto se encuentra por debajo de éste.

La población de 6 a 14 años presenta una asistencia escolar de 87.9%, es decir, de cada 100 niños en este grupo de edad, 12 no participan del sistema educativo. Esta proporción desciende significativamente desde 1990, cuando 19 de cada 100 niños en esta edad no asistían a la escuela.

A partir de los 15 años, el porcentaje de población que asiste a la escuela presenta un comportamiento diferente; el grupo de 15 a 24 años participa en 26.7%, lo cual indica la escasa presencia en la educación media, media superior y superior de esta población. Sin embargo, con relación a 1990, la asistencia escolar de este grupo de edad se incrementó en 3.4 puntos porcentuales.

La cobertura de los servicios educativos tiene diferencias según el desarrollo alcanzado en las localidades; esto se muestra en el nivel de asistencia escolar por tamaño de la localidad de residencia.

Así, en localidades de 15 mil y más habitantes, la asistencia escolar de la población de 6 a 14 años es de 94.2%; desciende a 86.5% en localidades donde habitan menos de 15 mil personas. Esta diferencia indica que la asistencia escolar en las localidades con menor población disminuye en casi 8 puntos porcentuales con relación a aquellas de más de 15 mil habitantes, donde la población cubierta por el sistema educativo es mayor.

Por otro lado, en el estado de Oaxaca el nivel de instrucción de la población de 15 años y más presenta un ligero avance, pues el porcentaje de personas con educación superior pasó de 3.5% en 1990 a 5.6% en 1995, muy por debajo de la media nacional que es de 15%.

Asimismo, la proporción de población con posprimaria, esto es, con uno o más años aprobados en instrucción media básica, media superior o superior, asciende a 29.9% quedando por encima del registrado en 1990 (23.5%).

Sin embargo en 1995, 20.5% de la población no tiene instrucción y aquella con primaria incompleta asciende a 27.7%. Entonces, alrededor de 48% de la población aún se encuentra en rezago educativo.

En lo referente al grado promedio de escolaridad en 1995, según el sexo, la población femenina es de cinco años aprobados, y para los hombres casi seis años. El nivel de instrucción de la población de 15 años y más por tamaño de localidad presenta algunas diferencias. En 15 mil y más habitantes la población sin instrucción y con primaria incompleta ascienden a 24.6%, mientras que en las de menos de 15 mil habitantes esta proporción se duplica ubicándose en 55.4%.

La población con instrucción media superior y superior también presenta diferencias importantes; ya que en localidades de 15 mil y más habitantes ésta se eleva a 33.9% y en las de menos de 15 mil disminuye significativamente, ubicándose en sólo 9.7%.

Para concluir, se puede decir que de un total de 2 724 131 personas (contempladas de 6 años y más) existen 2 131 691 alfabetas, 588 734 analfabetas y un número no especificado de 3 706. A ello se integra el personal docente, cuya cifra es de 41 135 (incluyendo personal directivo con grupo al inicio de cursos) y 41 405 al finalizar éstos.

En lo referente a los alumnos inscritos, los egresados y los titulados en el ámbito estatal, para 1997 se registran en el primer caso 36 004 alumnos, en el segundo 4 035 y en el tercero 1 034. En la región istmeña 4 378, en el primero, 573, en el segundo y 97 en el tercer caso, dentro del nivel educativo superior o Licenciatura.

Por último, mencionaremos las bibliotecas públicas con que cuentan en el estado, las cuales son 373, con un número de usuarios de 1 852 557; en el Istmo se registran 40 bibliotecas con 337 831 usuarios; en el distrito juchiteco 26 y 237 014 usuarios y en el municipio Juchitán de Zaragoza, 4 bibliotecas públicas con 91 419 usuarios

2.3 CONSUMO DE MEDIOS.

Partiendo de la carencia informativa para realizar un diagnóstico de la radiodifusión mexicana, debemos remitirnos a la información disponible en las páginas de internet de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT), y de la Cámara Nacional de la Industria de la Radio y la Televisión (CIRT), así como al Tarifario Vyasa de mayo / julio de 1999. La primera debiera ser la fuente básica en virtud de ser la instancia oficial responsable de manejar el uso y asignación de un bien nacional como lo son las frecuencias de radiodifusión; la CIRT tiene una relación de las emisoras por ser esa materia su tema fundamental como cámara empresarial; y el tarifario reporta las

radiodifusoras que verdaderamente operan ofreciendo tarifas de venta de sus espacios. El primer dato que nos muestra esta consulta es la diferencia de cifras entre las fuentes:

NÚMERO DE EMISORAS EN MÉXICO, SEGÚN LA FUENTE

| FUENTE | AM | FM | TOTAL |
|-----------|-----|-----|-------|
| SCT | 847 | 479 | 1326 |
| CIRT | 819 | 444 | 1263 |
| Tarifario | 793 | 483 | 1276 |

En el cuadro siguiente se integran las emisoras permisionadas y las concesionadas. Sin embargo, también resulta interesante comparar las cifras de la CIRT y de la SCT que distinguen entre las emisoras por figura jurídica, pues también encontramos inconsistencias.

NÚMERO DE EMISORAS POR FIGURA JURÍDICA, SEGÚN LA FUENTE

| FUENTE | AM CONC. | AM PERM | FM CONC. | FM PERM. | TOTAL |
|--------|-------------|------------|-------------|-------------|-------|
| CIRT | 745 | 74 | 371 | 73 | 1263 |
| SCT | 752 | 95 | 380 | 99 | 1326 |

Al observar el número de emisoras existentes en nuestro país, nos encontramos con cifras sobre frecuencias asignadas, para su operación, por el Estado mexicano. Cabe mencionar que no existe tampoco el Registro público de Concesionarios que, de acuerdo con el artículo 11 numeral VII del Reglamento de la Secretaría de Gobernación, es una atribución que corresponde a la Dirección General de Radio y Televisión.

A continuación se presenta un cuadro para comparar las modificaciones que el espectro radiofónico ha tenido desde 1995:

Variaciones en el número de frecuencias entre 1995 y 1997 en todo el país.

| Año | AM | AM | FM | FM | TOTAL |
|------------|-----------|---------|-----------|---------|-------|
| | Concesión | Permiso | Concesión | Permiso | |
| 1997 | 745 | 74 | 371 | 73 | 1263 |
| 1995 | 723 | 64 | 323 | 44 | 1154 |
| Diferencia | 22 | 10 | 48 | 29 | 109 |

Resalta que sólo en dos años se hayan añadido 109 emisoras al cuadrante nacional: el 70% de ellas en Frecuencia Modulada. Del total de radiodifusoras nuevas, sólo el 35% opera bajo el régimen de permiso y el resto son concesionarias. Falta por averiguar quiénes han sido los beneficiarios de estas concesiones y si todas y cada una de ellas reunieron los requisitos legales que deben ser cubiertos en el proceso de licitación, que tan exageradamente solicita la SCT para la instalación de una radiodifusora. El balance general de tal asignación de frecuencias evidencia una distribución de emisoras en el país que sigue otorgando gran ventaja a las emisoras comerciales por encima de aquellas que tienen como fines la promoción de la cultura y la educación.

Otro dato que resulta interesante mencionar es la distribución nacional de las frecuencias, donde tenemos que los estados de Veracruz, Tamaulipas y Sonora agrupan la mayor cantidad de emisoras con 7% cada uno con respecto al total del país.

Un parámetro que permite el acercamiento al nivel de penetración de la radio en cada estado lo representa el número de radio hogares reportados por los mismos empresarios. Aunque la audiencia reportada pueda ser muy alta, si el número de radio hogares es pequeño, la cobertura real es muy reducida, como sucede en el Estado de México donde su número de habitantes es de 12 millones 222 mil 891, pero sólo 315 343 son los hogares que cuentan con un aparato radiofónico.

En cuanto al estado de Oaxaca, el número de habitantes (para 1999) es de 3 millones 684 mil 845, pero los hogares que cuentan con aparato de radio constituyen 170 mil 209, constituyendo sólo el 2% de la población total.

A continuación se presenta la información referente a toda la República Mexicana, subrayando el estado oaxaqueño.

Sigue sorprendiendo, de acuerdo con las condiciones jurídicas actuales, las radiodifusoras permisionadas no puedan comercializar sus espacios, lo cual resulta inequitativo y marginador de los fines de servicio público. Tal imposibilidad les restringe fuentes de financiamiento, hecho que a su vez se traduce en limitaciones u obstáculos en materia de difusión plural y de crecimiento e inversión tecnológica o en magros salarios de los trabajadores.

NÚMERO Y PORCENTAJES DE RADIODIFUSORAS Y RADIOHOGARES POR ESTADO DE LA REPÚBLICA

| ESTADO | NO. DE EMISORAS | PORCENTAJE DE EMISORAS | RADIOHOGARES | PORCENTAJE RADIOHOGARES | TOTAL HABITANTES |
|-----------------------|-----------------|------------------------|------------------|-------------------------|-------------------|
| AGUASCALIENTES | 18 | 1% | 11.852 | 0% | 888.444 |
| BAJA CALIFORNIA NORTE | 67 | 5% | 479.199 | 5% | 2 241.029 |
| BAJA CALIFORNIA SUR | 13 | 1% | 57.196 | 1% | 387.43 |
| CAMPECHE | 15 | 1% | 95.864 | 1% | 668.715 |
| COAHUILA | 79 | 6% | 389.036 | 4% | 2.227.305 |
| COLIMA | 21 | 1% | 70.457 | 1% | 515.513 |
| CHIAPAS | 39 | 4% | 271.864 | 3% | 3.637.142 |
| CHIHUAHUA | 82 | 6% | 505.982 | 5% | 2.895.672 |
| DISTRITO FEDERAL | 58 | 4% | 1.735.496 | 18% | 8.520.090 |
| DURANGO | 14 | 1% | 106.248 | 1% | 1.449.036 |
| GUANAJUATO | 62 | 4% | 520.338 | 5% | 4.478.673 |
| GUERRERO | 41 | 3% | 696.749 | 7% | 2.994.365 |
| HIDALGO | 12 | 1% | 119.262 | 1% | 2.166.122 |
| JALISCO | 79 | 6% | 525.807 | 5% | 6.161.437 |
| ESTADO DE MÉXICO | 18 | 1% | 315.343 | 3% | 12.222.891 |
| MICHOACÁN | 50 | 3% | 300.16 | 3% | 3.925.450 |
| MORELOS | 18 | 1% | 117.527 | 1% | 1.496.030 |
| NA YARIT | 17 | 1% | 127.374 | 1% | 903.886 |
| NUEVO LEÓN | 47 | 5% | 269.58 | 3% | 3.684.845 |
| OAXACA | 35 | 3% | 170.209 | 2% | 3.286.175 |
| PUEBLA | 35 | 4% | 406.47 | 4% | 4.472.156 |
| QUERÉTARO | 17 | 1% | 116.244 | 1% | 1.297.575 |
| QUINTANA ROO | 20 | 2% | 109.565 | 1% | 772.803 |
| SAN LUIS POTOSÍ | 29 | 3% | 209.498 | 2% | 2.247.042 |
| SINALOA | 51 | 5% | 344 359 | 3% | 2.509.142 |
| SONORA | 83 | 7% | 366.192 | 4% | 2 183.108 |
| TABASCO | 26 | 3% | 171.894 | 2% | 1.817.703 |
| TAMAULIPAS | 85 | 7% | 218.635 | 2% | 2.628.839 |
| TLAXCALA | 5 | 0% | 30.608 | 1% | 911.696 |
| VERACRUZ | 97 | 7% | 605 028 | 6% | 6.856.415 |
| YUCATÁN | 25 | 2% | 171.342 | 2% | 1.617.120 |
| ZACATECAS | 18 | 1% | 89107 | 1% | 1.332.683 |
| TOTAL | 1.276 | 100% | 9.712.633 | 99% | 93.716.532 |

Fuente: Tarifario Vyasa. Mayo / Junio 1999.

2.3.1 NUMERO DE RADIODIFUSORAS POR GRUPOS EN EL ESTADO DE OAXACA.

| SIGLAS | NOMBRE | FRECUENCIA | POTENCIA (Watts) | UBICACION | GRUPO / REPRESENTANTES | AÑO DE FUNDACION |
|--------|-------------------------|-----------------------|-----------------------|--------------------|---|------------------|
| XHUAT | "ESTEREO HUATULCO" | 103.1 MHz | 5000 | Bahías de Huatulco | Crystal Coima Somer, S A | |
| XEQF | "RADIO LOMA" | 750KHz | 5000 | Loma Bonita | Promosat de México, SA Gerente Luciano Sánchez Gama | 1979 |
| XEAX | "RADIO ACTUALIDADES" | 1,270 KHz | 5000 día 500 noche | Oaxaca | Radio, SA Gerente. Alberto Márquez Rodríguez | 1941 |
| XECE | "RADIO HIT 12-40" | 1240 KHz (Estéreo) | 2500 | Oaxaca | Promosat de México, SA. | 1964 |
| XEIU | "SPAZIO" | 990 KHz (Estéreo) | 2500 | Oaxaca | Grupo ACIR Nacional, SA | |
| XEKC | "STÉREO EXITOS" | 1460 KHz | 5000 | Oaxaca | Cadena OIR (Radiodifusión Nacional) Concesionario: Promotora de Radiodifusión del Sureste. SA de CV | |
| XHKC | | 1009 MHz | 3000 | Oaxaca | Cadena OIR (Radiodifusión Nacional) Concesionario. Promotora de Radiodifusión del Sureste, SA de CV | |
| XEPRO | "Sonido Z" | 710 KHz | 5000 | Oaxaca | Cadena OIR Conces.. Promotora de Radiodifusión del Sureste SA de CV | 1963 |
| XEZB | "Radio Oro" | 1,120 KHz | 1000 | Oaxaca | Crystal Cima Somer SA Conces.: Alberto Márquez Rodríguez Organización Radiofónica de Oaxaca | 1971 |
| XHIU | "Spazio" | 105.7 MHz | 3000 | Oaxaca | Grupo ACIR Nacional SA Conces.: Radio XEIU, SA de CV | 1995 |
| XHNR | "FM Tú" | 98.5 MHz | 15000 | Oaxaca | Radio, SA Conces.: Alberto Márquez Rodríguez Organización Radiofónica de Oaxaca | 1977 |
| XHOCA | "Mix" | 89.7 MHz | 50000 | Oaxaca | Grupo ACIR Nacional SA | |
| XEPNX | "RADIO COSTA" | 920 KHz | 1000 | Pinotepa Nacional | Promosat de México, SA Conces.: Humberto López Lena | |
| XEPX | "La Voz del Angel" | 650 KHz | 5000 | Puerto Angel | Radio, SA Conces.. Julio Jalil Tame Radio Angel, SA | 1977 |
| XEACC | "La Voz del Pueblo" | 870 KHz | 5000 | Puerto Escondido | Difusoras Unidas Independientes, SA Conces.: Miguel Olivera Monroy | 1978 |

| | | | | | |
|---|-------------------|-------|-------------------|--|------|
| XHEDO "Estéreo Esmeralda" | 94.1 MHz | 15000 | Puerto Escondido | Radio Angel, SA Crystal Cima Somer, SA Conces. Radio Antequera, SA de CV | 1992 |
| XEPOR "La Explosiva" | 890 KHz | 1000 | Putla de Guerrero | MegaRadio Nacional SA de CV Conces. Luis Mendiola Codina | 1991 |
| XETLX "La Poderosa Radio Tlaxiaco" | 1040 KHz | 1000 | Tlaxiaco | Radiodifusoras Asociadas, SA RASA. Conces. Fernando Lans Rodríguez | 1992 |
| XEUH "La Inolvidable" (Transmisión simultánea por satélite) | 1320 KHz | 1000 | Tuxtepec | Radiodifusoras Asociadas, SA RASA. Conces. Teresa Bravo Sobrón Dir. Gral. Sóstenes Bravo Rodríguez | 1965 |
| XEXP "La Super Buena" (Transmisión simultánea por satélite) | 1150 KHz | 5000 | Tuxtepec | Radiodifusoras Asociadas, SA RASA. Conces. Sóstenes Bravo Rodríguez | 1964 |
| XEOU | 1020 KHz | 500 | Huajuapán de León | Gerente Manuel de Jesús Stordia Torres | 1969 |
| XEOA | 570 KHz | 5000 | Oaxaca | Organización Radiofónica de México, SA Dir. General: Jaime Fernández | 1956 |
| XEYN | 820 KHz | 1000 | Oaxaca | Organización Radiofónica de México, S. A. | 1956 |
| XHOQ | 100.1 MHz 1956 | 10000 | Oaxaca | Organización Radiofónica de México, S. A. | 1956 |

INI.

| Radiodifusora | Fecha de Fundación | Ubicación | Potencia (Watts) | Frecuencia (KHz) | Cobertura (km a la redonda) |
|---------------|--------------------|-----------|------------------|------------------|-----------------------------|
|---------------|--------------------|-----------|------------------|------------------|-----------------------------|

XETLA

La Voz de la Mixteca 15-IX-82 Tlaxiaco, Oax 5000 930 120

XEGLO

La Voz de la Sierra Juárez 18-IX-90 Guelatao de Juárez, Oax 5000 780 120

XEQJN

La Voz de la Chinantla 14-XII-91 San Lucas Ojitlán, Oax 5000 950 120

XEJAM

La Voz de la Costa Chica 5-V-94 Jamiltepec, Oax 5000 1260 120

| Estados bajo cobertura | Municipios atendidos | Población total | Población indígena atendida | Lenguas de transmisión | Pueblos indígenas mayoritarios bajo cobertura |
|------------------------|----------------------|-----------------|-----------------------------|------------------------|---|
|------------------------|----------------------|-----------------|-----------------------------|------------------------|---|

| | | | | | |
|--------|-----|---------|---------|-------------------------------------|------------------------------------|
| Oaxaca | 163 | 504,633 | 326,037 | Mixteco, triqui, español | Mixteco, triqui, amuzgo, zapoteco. |
| Oaxaca | 85 | 290,037 | 194,411 | Zapoteco, mixe chinanteco, español. | Zapoteco, mixe chinanteco. |
| Oax. y | 19 | 412,385 | 160,428 | Mazateco, | Mazateco, culcate- |

| | | | | | |
|--|--------|-------------------------------------|---------|--------------------------------------|--|
| Veracruz | | | | español, chinanteco, cuicateco. | co, náhuatl, mixteco, chinante- co. |
| Guerrero, Oax | 79 | 532,612 | 328,081 | Mixteco, amuzgo, chatino, español | Mixteco, chatino, amuzgo, zapoteco, triqui |
| Horario de transmisión | | Horas de transmisión semanal | | | |
| L-D 6:00 - 19:00 | | 91 | | | |
| L-D 6:00 - 18:00 | | 84 | | | |
| L-V 6:00 - 18:00 | | 78 | | | |
| S-D 6:00 - 15:00 | | | | | |
| L-D 6.00-18.00 | | 84 | | | |
| UNIVERSITARIA | | | | | |
| XEUBJ Radio | Oaxaca | AM | 1400 | 500 | 4-10-1964 7 00-23:00 |
| Universidad Benito Juárez | | | | | |
| * Instituto Nacional Indigenista, Subdirección de Radio. | | | | | |
| ** Tarifas y datos sobre medios audio-visuales, MPM, S.A. de C.V , no.155, Septiembre 1997 | | | | | |

A continuación se presentan las emisoras que se encuentran en el Istmo de Tehuantepec. Las dos primeras se ubican en el municipio de Juchitán de Zaragoza. Cabe mencionar que es la información básica, ya que en el capítulo 4 se estudia con detenimiento dichas emisoras.

**XE TEKA
RADIO TEKA**

Corporación Radiofónica Oaxaqueña.

Frecuencia Actual: 1030 AM

Gerente: Humberto López Lena Cruz (Hijo).

Ubicación Actual: Carretera Panamericana Cristóbal Colón Km 819.5 (ap.60) 70030 Juchitán, Oax.

Teléfono (971) 112-33, 110-18 y 1 - 18 - 39.

Horario de Transmisión: De 5:30 am a 20:00 pm.

Potencia autorizada: 500 watts.

Situación Legal: Concesión.

Cobertura: Istmo de Tehuantepec

**XEAH
RADIO HIT**

Corporación Radiofónica Oaxaqueña

Frecuencia Actual: 1180 AM

Gerente: Humberto López Lena Cruz (Hijo)

Ubicación. Carretera Panamericana Cristóbal Colón Km 819.5 (ap.60) 70030. Juchitán, Oax.

Teléfonos (971) 112-33, 110-18 y 1 - 12 - 33

Horario de Transmisión: 6:00 am a 21:00 pm

Potencia autorizada: 500 watts

Situación Legal: Concesión

Cobertura: Istmo de Tehuantepec. Hacia el norte se abarca hasta Tlacotepec, Matías Romero y Zanatepec. Al sur Santa María Xadani, Comitancillo.

XEYG
"RADIO SEIS 60"

Corporación Radiofónica Oaxaqueña.

Frecuencia: 660 KHz

Gerente: Humberto López Lena

Potencia: 1000 watts

Ubicación: Hombres Ilustres y Reforma (ap. 66) 70300 Matías Romero, Oax.

Teléfonos: (972) 203-69 y 202-66

Horario de Transmisión: de 6:00 a 19:00 hrs.

Potencia: 1000 watts

Situación Legal: Concesión

Cobertura: Istmo de Tehuantepec

XEKZ
TEHUANTEPEC

Organización Radiofónica de México, SA

Frecuencia: 610 KHz

Presidente Director General: Jaime Fernández Armendáriz

Ubicación: Carretera Transísmica, km 22, (ap 21) 70760 Tehuantepec, Oax.

Teléfono: (971) 500-81

Horario de transmisión: de 5:00a 23:00 hrs.

Potencia: 1000 watts

Situación Legal: Concesión

Cobertura: Istmo de Tehuantepec

XEHL- XHLL
SALINA CRUZ

Corporación Radiofónica Oaxaqueña

Frecuencia: 550 KHz

Gerente: Humberto López Lena (Hijo)

Ubicación: Manuel Ávila Camacho No. 514 Altos 70600 Salina Cruz, Oax.

Teléfono y Fax (971) 41 084

Horario de transmisión: de 6:00 a 23:00 hrs.

Potencia: 1000 watts

Situación Legal: Concesión

Cobertura: Istmo de Tehuantepec

XHSCO
ESTÉREO ISTMO
LA VOZ DEL SUR

Instituto Mexicano de la Radio, IMER

Frecuencia: 96.3 MHz

Gerente: Lic. Enrique Rojas Zamora

Ubicación: Progreso no. 15, 2do. piso Centro. 70600 en Salina Cruz, Oaxaca

Teléfono (91 971) 403-87 y 407-63

Ubicación del transmisor: Zona de tanques PEMEX, Salina Cruz Oaxaca.

Horario de transmisión: 18 hrs. diarias

Potencia autorizada y operativa: 3,500 watts (transmisor) /10,424 watts (radiada)

Situación legal: Permiso

Cobertura: 3,351 Km² día/ 5,452Km² noche

2.3.2 OTROS MEDIOS.

TELEVISORAS.

En el estado de Oaxaca existe solo un canal de televisión, por sus siglas XHOAX, su primera transmisión fue el 21 de marzo de 1989. Cuenta con 35 repetidoras en todo el estado. su horario es de 8 de la mañana a 1 de la madrugada de lunes a domingo. Su contenido es cultural e informativo, así como de servicios sociales

Cabe señalar que, las cadenas de televisión nacionales: Televisa y Televisión Azteca se encuentran dentro de las opciones televisivas de la región.

PERIODICOS.

Los periódicos que existen en el estado de Oaxaca son:

Nacionales:

La Jornada
Excélsior
El Financiero

Estatales:

Carteles del Sur
El Imparcial
El Informador de Oaxaca
Noticias
Pantera
Extra
Istmo
Panorama oaxaqueño
El Imparcial del Istmo
El Sol del Istmo
El Regional
El Informador de la Mixteca

El informador de Tuxtepec

Locales:

Enlace
Prensa libre
Ventana Istmeña

El Sol del Istmo.

Distribución: Tehuantepec, Matías Romero, Huatulco, Salina Cruz, Ixtepec, Juchitán.
Antigüedad: 34 años.
Director fundador: Pedro Morales Sosa
Gerente General: Jesús Vázquez Barceló
Directora: Isabel Quecha Ramírez
Dirección: Salina Cruz, Baldomero Jiménez Diego, no. 20, col. Independencia. C.P. 70630. Juchitán: Prolongación 16 de septiembre, no. 5-A.
Teléfonos : (01-971) 41 837 y 41 617 fax.
Correo electrónico: solistmo@salinacruz.podernet.com.mx
Lema: "Diario de la mañana al servicio de la región"
Costo: \$4.50

Istmo.

Coordinador: José Luis Ruiz Núñez

La Historia de Oaxaca.

Marca Istmo
Director General: José M. Ángel Velásquez

El Regional.

Director General: Arturo Pérez Díaz
Director: Ezequiel Nushpian
Lema: "Pulso del Istmo"
Costo: \$3.00

El Imparcial.

Lema: "El Mejor diario de Oaxaca"
Costo: \$3. 00
Página en internet: www.imparcoax.com.mx

La venta de los periódicos nacionales al igual que los estatales es aproximadamente a las 13 horas del día, con un costo de un peso más que en la capital del país o del estado, tanto el horario como el precio se deben al traslado de la prensa

SALAS CINEMATOGRAFICAS.

En la entidad existe una sala cinematográfica,

“Cine Grande”.

Ubicación: Plaza del Centro de Juchitán, Oax.

Horario: de martes a domingo

Capacidad: 100 personas

Contenido: Todo tipo de géneros

LIBRERIAS:

Salimoy

Plaza del Sol

Carácter: Local y Estatal

Ubicación: Av. Hidalgo en Juchitán, Oax.

2.4 SITUACIÓN POLÍTICA EN EL ESTADO DE OAXACA

ELECCIONES: AGOSTO 1998

La vida política de un país siempre estará relacionada con las condiciones de vida de la población, con las características económicas, sociales, educativas que existan en la misma. De este modo, es conveniente conocer el gobierno político que existe en el estado oaxaqueño, así como los representantes del gobierno municipal de Juchitán de Zaragoza.

Este apartado tiene como finalidad describir la situación prevaleciente, luego de las elecciones a la gubernatura estatal y municipal, realizadas en agosto de 1998, en Oaxaca, particularmente en Juchitán de Zaragoza. De manera general se expone un panorama político como marco contextualizador a la investigación que se lleva a cabo.

En agosto de 1998 se realizaron las elecciones a la gubernatura del Estado de Oaxaca, en un clima de tensión, ya que existía la amenaza de que el Ejército Popular Revolucionario atacará algunas entidades, por lo cual días antes, se pidió una tregua unilateral al mismo para que la jornada electoral se hiciera en condiciones de paz y tranquilidad, sobretudo en zonas como Los Loxichas y el Istmo de Tehuantepec.

Es así como el dos de agosto, los comicios se llevaron a cabo con la presencia de 321 observadores. Los principales candidatos a la gubernatura fueron: por el Partido Revolucionario Institucional (PRI) José Murat Casab, cuya candidatura fue discutida, debido a su doble nacionalidad. Por parte del Partido Acción Nacional (PAN) estuvo Pablo Arnaud Carreño y, por último, el juchiteco Héctor Sánchez López quien representó al Partido de la Revolución Democrática (PRD).

Durante la jornada electoral, la oposición declaraba a la prensa que los comicios se desarrollaron en "un clima de 'guerra sucia' en contra del PRD, con ejemplos como: difusión de spots en radio y televisión, donde se vincula al partido con la violencia; la retirada de carteles propagandísticos del partido del sol azteca, aunado a las acciones priistas de obsequiar y distribuir becas, materiales de construcción, crédito a la palabra y programas de autoempleo, con el fin de contrarrestar la campaña electoral opositora...distribución de cheques del Procampo, cuya condición para los productores era votar por el partido tricolor".³⁸

Esto lo ratificó la secretaria ejecutiva de Alianza Cívica, Sandra García, a finales del mes de julio, quien indicó que las principales irregularidades encontradas fueron: "la compra y condicionamiento del voto mediante los programas públicos (25%), acarreo (40%), recolección de credenciales de elector (13%), presencia de algún funcionario en mítines de campaña (7%), amenazas de que los ciudadanos 'serán vigilados' al emitir el sufragio (7%), y mostrar su voto en las casillas (4%)".³⁹

³⁸ "Denuncia el PRD ante la Procuraduría de Oaxaca". *La Jornada*, 21 de julio 1998.

³⁹ "En Oaxaca se dan cheques del Procampo a cambio de votos: PRD" *La Jornada*, 31-julio-1998"

Pasadas las votaciones, el Instituto Electoral Estatal (IEE) tuvo el cómputo del 46% de las casillas, "el PRI tenía 184 mil 202 votos (46.72%), el PRD 142 mil 163 (36.06%) y el PAN 55 mil 212 (14%) Asimismo, el partido tricolor informó sobre sus números, basados en 50% de las actas de escrutinio en su poder, dijo tener el 52% de los votos, el PRD 29% y el PAN 12%."⁴⁰

En lo referente a la región istmeña, las elecciones se realizaron en calma, en esta zona se instalaron 632 casillas. En el lugar tuvieron oportunidad de emitir su voto aproximadamente 317 mil 543 personas pertenecientes a las etnias mixe, zoque, chontal, huave y zapoteca, ubicadas en 41 municipios distribuidos en los distritos electorales. Ixtepec V, Tehuantepec VI, Juchitán XXIII y Matías Romero XXIV.

Los resultados preliminares de la elección para gobernador fueron dados a conocer por el IEE el cinco de agosto, los cuales mostraban el triunfo priísta con 386 mil 193 sufragios, mientras que el PRD 297 mil 352, dejando al panista Pablo Arnaud Carreño con 81 mil 739 votos.

En cuanto a las diputaciones locales, el PRD mantiene el triunfo, con su candidato Daniel López Nelio, en el distrito de Juchitán de Zaragoza, con 26 mil 933 votos, mientras que el PRI contaba con 25 mil 336 sufragios, con el ex diputado federal Porfirio Montero Fuentes.

Por su parte, "el Consejo General del IEE asignó once diputaciones de representación proporcional al PRD, cuatro al PAN y dos al PRI, luego de los comicios del 2 de agosto. De esta forma, los legisladores del PRI suman 25 curules, 23 de los cuales obtenidos por el principio de mayoría; el PRD llega a 13 (dos obtenidos de forma uninominal), mientras que el PAN se mantiene con cuatro. En total el Congreso local se integrará con 42 representantes populares".⁴¹

⁴⁰ "Asegura el PRI que ganó en Oaxaca; empate técnico: PRD" La Jornada 3 de agosto 1998

⁴¹ "En Oaxaca, 11 plurinominales al PRD, cuatro al PAN y dos al PRI" La Jornada. 10 de agosto 1998.

Por otro lado, los partidos del Trabajo, Verde Ecologista de México, Auténtico de la Revolución Mexicana de Oaxaca (Parmeo) y el Cardenista no alcanzaron el porcentaje mínimo de 1.5 para tener curules por representación proporcional.

A) GOBIERNOS MUNICIPALES.

De acuerdo a las primeras tendencias de votación, el abstencionismo llegó del 60 al 65%, demostrando poco interés por parte de la población en general.

Realizadas en el mes de octubre, las votaciones a los gobiernos municipales arrojaron los siguientes resultados: el Partido Acción Nacional y el de la Revolución Democrática ganan los principales municipios de la entidad.

El PRI recupera Pochutla, Juquila, Putla (antes perredistas) y Matías Romero (antes del PAN), al igual que 26 municipios rurales que estaban en poder de la oposición con lo cual se ganaron 108 de un total de 152. Reafirma su triunfo en los municipios panistas Matías Romero, El Barrio de la Soledad y Santo Domingo Ingenio y en los ayuntamientos perredistas de Jalapa del Marqués, Niltepec, Zanatepec, Magdalena Tequisistlán, San Francisco del Mar, Santa María Petapa.

En cuanto a la oposición, los municipios ganados son, en general, los más grandes del estado, a excepción de Matías Romero y Huatulco (ganados por el PRI).

De este modo, el PRD gana 22 municipios, el PAN nueve y el Partido Cardenista uno, del total de 133 ayuntamientos reportados por el IEE.

Acción Nacional retuvo los ayuntamientos de Oaxaca, Tuxtepec, Huajuapán de León, Chahuítes, Loma Bonita, Santiago Ixtaltepec, San Mateo Río Hondo, San Miguel Ahuehuetlán.

Por su parte, el PRD logró mantener en su poder **Juchitán**, con Leopoldo de Gyves a la cabeza, con 16 mil 999 votos, mientras que el PRI logró 14 mil 508 y el PAN

sólo 100. Por vez primera, el partido del sol azteca triunfa en Salina Cruz, uno de los municipios estratégicos del estado, ya que en ese puerto se iniciaría el megaproyecto del Istmo de Tehuantepec. Los perredistas obtuvieron 11 mil 933 votos, contra 9 mil 908 del PRI y 240 del PAN.

El PRD se adjudicó otros ayuntamientos de importancia económica, como Santa Cruz Xoxocotlán, Santiago Jamiltepec, Tlacolula de Matamoros, Ciudad Tlaxiaco, Santo Domingo Petapa y San Pedro Comitancillo. Sin embargo, pierde frente al PAN y PRI, Loma Bonita, Pochutla, Pinotepa Nacional, Villa de Etla, Zimatlán de Alvarez y Zaachila.

B) TOMA DE POSESION.

A los cuatro meses de haberse realizado las elecciones a la gubernatura del estado, José Murat toma posesión como gobernador para el periodo 1998-2004, cuyo planteamiento principal es la construcción de una política de desarrollo social, donde se deberán "encontrar alternativas políticas, económicas y sociales que permitan vencer la pobreza, marginación, injusticias y rezagos".

El gobernador se comprometió a "trabajar al lado de todos los oaxaqueños, al margen de consideraciones partidistas, religiosas o étnicas (mencionó) gobernaré desde las comunidades, municipios y las regiones...siempre seré el defensor de los derechos humanos".⁴²

C) JUCHITAN DE ZARAGOZA.

Al iniciar 1999, se da el cambio de poderes del ayuntamiento, el nuevo gobierno es encabezado por Leopoldo de Gyves de la Cruz. En un escenario, donde la administración saliente, representada por Roberto López Rosado, no acude al cambio de gobierno. Cabe señalar que las cuatro últimas administraciones, surgieron de la coalición del PRD y la Coordinadora Campesino-Estudiantil del Istmo (Cocei).

⁴² "Toma posesión Murat en Oaxaca con un llamado de diálogo al EPR" Crónica. 2 de diciembre 1998.

3. "JUCHITAN DE ZARAGOZA: LUGAR DE LAS FLORES BLANCAS"

3.1 DESCRIPCION.

Juchitán se encuentra en la planicie costera del Pacífico, en el Istmo de Tehuantepec, estado de Oaxaca; es decir, en la zona más estrecha de América del Norte, entre el Atlántico y el Pacífico. Esta condición geográfica fue decisiva para la región como nudo de comunicaciones. Es la zona de paso entre América del Norte y América Central y ahí se encuentra la distancia más corta entre los dos océanos. Por este motivo, el Istmo ha sido considerado durante mucho tiempo como alternativa al canal de Panamá. Por su realidad geográfica la gente de la región está abierta al mundo, pero combina esta característica con su capacidad étnico-cultural de preservar sus propias costumbres.

Juchitán está a seis kilómetros de la costa, de la gran "Laguna Superior" de agua salada, rica en peces, antepuesta al océano abierto. Los barrios del norte colindan con la carretera "Panamericana", la cual une a América del Norte con América del Sur. Asimismo, el Río de los Perros atraviesa la ciudad de norte a sur.

El clima es tropical, ya que Juchitán está rodeada de una amplia planicie costera. En semicírculo se encuentra la Sierra Madre, que atraviesa México de norte a sur. En los siete meses de sequía la región es árida, los terrenos sin cultivar están llenos de matorrales espinosos. Sin embargo, existe flora original como el guanacastle o el pochote (árbol de algodón), los cuales por su imponentes tamaño colorean el paisaje.

Por otro lado, Juchitán está conformado en barrios, mejor conocidos como "secciones", divididas en ocho de ellas, cada una con carácter propio. La "séptima" es famosa porque allí se conservan más las tradiciones populares zapotecas. Es un barrio ubicado al sur de la ciudad, en dirección a la laguna. Los hombres son pescadores y las

octava sección, significa "al otro lado del río", está unido con el centro por medio de dos puentes para automóviles y uno peatonal. Aquí se encuentran los diversos y pequeños talleres donde se producen desde la silla de madera y los petates tejidos de palma hasta los huaraches.

El centro está formado en su mayor parte por la tercera y cuarta secciones. Ahí, frente a la plaza con árboles que habitualmente es llamada "el parque", se encuentra el mercado y en el primer piso del mismo edificio está el gobierno municipal. Asimismo, muy cerca, se encuentra la iglesia principal, dedicada a San Vicente Ferrer, también la escuela primaria más grande de Juchitán, los cuatro Bancos y tiendas de telas, ropa, zapatos, herramientas, muebles, utensilios domésticos y aparatos eléctricos.

En las afueras de Juchitán se ven dispersas algunas chozas de material ligero. Por lo general las casas están construidas sólidamente, cada vez más de estilo moderno, pero no se han perdido las construcciones antiguas que son más agradables y frescas, hechas con adobe, habitaciones altas y techo de tejas.

La mayoría de las calles de la ciudad están pavimentadas, calles anchas que rodean grandes manzanas, integradas por callejones, por donde transcurren peatones y carretas. Al lado de estos se encuentran casas y patios abiertos. Por el calor que impera, la vida diaria tiene lugar al aire libre, en terrazas y corredores abiertos.

En Juchitán, la industria de la transformación es mínima, sólo existe una fábrica de calidra y varias pequeñas empresas constructoras. Cabe señalar que la planta impregnadora de durmientes de ferrocarril fue cerrada en 1991; igualmente ocurrió con el Ingenio. Sin embargo, encontramos las plantas distribuidoras de dos grandes cervecerías mexicanas y de la Coca-Cola, que abastecen toda la región y parte del estado de Chiapas. Se encuentran también "Las salinas" cuyo funcionamiento se ve afectado por el abandono y la mala atención.

En Juchitán hay ocho escuelas primarias, tres secundarias, dos preparatorias y un tecnológico. La ciudad tiene luz eléctrica desde 1910 y agua entubada y drenaje desde los años sesenta, aunque los barrios han sido conectados poco a poco a la red.

3.2 HISTORIA DE JUCHITAN.

En el estado de Oaxaca, Juchitán es la tercera ciudad en cuanto a número de habitantes; ganó importancia con la construcción del ferrocarril transístmico, en los últimos 25 años del siglo pasado, y con ello superó a Tehuantepec, que desde la Colonia era la ciudad más grande del istmo. En 1889 Juchitán pasa a ser oficialmente ciudad, con ello se independiza de la administración civil y eclesiástica de Tehuantepec, lugar a 25 kilómetros de distancia.

Cabe señalar que entre los zapotecos del Istmo, las mujeres tienen un papel social fuerte, que parece emanar de una estructura antigua, donde "el idioma no necesariamente arroja algo concluyente sobre la identidad étnica y cultural, sin embargo se tiene la tesis de que un grupo ístmico con características matriarcales se asimiló idiomáticamente a los invasores zapotecos patriarcales, quienes a su vez se integraron social y culturalmente".⁴³

Actualmente, el comercio es el principal empleo en la ciudad; donde las mujeres son el sostén económico de las familias, lo cual asegura la independencia femenina, por lo cual consideramos que la información sobre las actividades mercantiles también es un antecedente esencial en este contexto.

El Istmo tiene una historia importante en el intercambio de mercancías provenientes del centro de México y de las regiones del sur, hasta América Central. Las primeras crónicas coloniales hablan de caravanas de comerciantes aztecas, los

⁴³ Veronika Bennholdt. Juchitán, la ciudad de las mujeres, p. 45

"pochtecas", que viajaban hasta la zona de la actual Guatemala e incluso hasta Nicaragua, pasando por el Istmo.

El Istmo muy probablemente no sólo era territorio de paso y ruta comercial, sino también zona importante de intercambio mercantil. La gente del Valle de Oaxaca llevaba oro para intercambiarlo por plumas de quetzal y cacao.

Dicha región oaxaqueña es famosa por su espíritu rebelde, manifiesto a través de la historia, así como por sus mujeres, principalmente en Juchitán, donde prevalece el matriarcado; ellas han jugado un papel importante en las rebeliones, y en la defensa de sus intereses mercantiles.

"La lucha de los juchitecos para conservar el control autónomo y comunal de las salinas dio lugar a la rebelión de 1842-1851, llamada "rebelión de José Gregorio Meléndez" por el nombre de su líder. Poco después sigue la lucha contra la Invasión Francesa 1864-1867, donde los extranjeros fueron derrotados en 1866, el 5 de septiembre (el cual sólo se conmemora en los planteles de educación primaria y secundaria, como día festivo hasta la fecha). La tradición oral en Juchitán recuerda los nombres de las mujeres que colaboraron en la lucha o animaron verbalmente a los combatientes.

Después en 1910 estalla la Revolución, los ciudadanos y campesinos de México se levantan contra la dictadura de Porfirio Díaz y el despojo de tierras a que los sometían los hacendados. Destaca la contribución de las mujeres, las llamadas "soldaderas" quienes se distinguen en esta lucha".⁴⁴

Últimamente, a fines de los años setenta, surge la agrupación política, emanada del pueblo, la Coalición de Obreros, Campesinos y Estudiantes del Istmo (Cocei), que logró quitarle al PRI la presidencia y el Consejo Municipal por vez primera en los 50 años

⁴⁴ op.cit, p. 50

de su régimen. La Cocei había surgido de la defensa de los derechos de la propiedad comunal, en oposición a las medidas de modernización e intromisión del gobierno central.

3.3 ECONOMÍA.

En Juchitán se mantienen y reproducen otros mecanismos de intercambio, supuestamente contradictorios con el funcionamiento de la economía moderna. La diferencia radica en el uso, ya que el manejo depende del consenso social, de otro sistema de valores. Debido a estas condiciones, en Juchitán el dinero y el mercado mismo apoyan otro tipo de intercambio, y éste a su vez diferentes tipos de producción orientada hacia el uso.

Las características de este intercambio peculiar son:

1. Existe un mercado regional. El abastecimiento de la ciudad se efectúa, básicamente, con recursos regionales. De este modo en la zona se crea un circuito comercial propio entre producción, comercialización y consumo, en el cual no se acumulan grandes riquezas.

Aparte de los alimentos, el mercado regional se sustenta con el intercambio de productos artesanales, con aspectos valorativos de los conocimientos y habilidades propias del lugar. Dentro de estas categorías encontramos el traje típico, cuyos bordados realizados por mujeres, colorean y enriquecen la cultura zapoteca, así como la joyería de oro, las hamacas y los petates, al igual que la poesía, la música autóctona y la pintura.

2. En Juchitán existe una estimación alta entre los habitantes, es decir, la identidad de ser zapotecos. Uno de los principales objetivos de población es el de mantener el prestigio social adquirido gracias a su generosidad. Más allá de intereses acumulativos, en esta ciudad la economía es diferente a la que prevalece en la mayoría del territorio nacional.

Cabe señalar, que las fiestas constituyen un papel importante, ya que fortalecen la economía juchiteca; mediante éstas se genera una constante redistribución de la riqueza material. De las comerciantes ricas se espera mucha participación en las actividades festivas, pues tienen mayores posibilidades de organizar fiestas o asistir sin descanso a las invitaciones que les ofrecen. De esta manera sus ganancias regresan directamente a la circulación local del dinero y, por tanto, de las mercancías

En las fiestas, por un lado, se asiste y coopera en la organización, por otro generan un factor de convivencia e influencia en el trato personal: se establece una red permanente de ayuda mutua y solidaridad. A su vez se crean valores que establecen responsabilidades entre las personas, produciéndose con ello un contexto social básico para seguridad de su vida.

En la organización de esta tradición se necesitan numerosas cantidades de mercancías, que la mayoría de las veces proviene de Juchitán o pueblos aledaños, donde la propia comunidad es la productora. De este modo, las mujeres preparan los bocadillos típicos de la región, por supuesto con ingredientes frescos salidos del mercado

Las fiestas, pues, tienen esa gran importancia económica. No hay evento festivo donde no se encuentren músicos jóvenes con sus equipos modernos, ni fiesta sin banda que toque los sones, ritmos tropicales y danzones, que se combinan con el ruido de los cohetes y enramadas cuya vinculación va de la mano de estas festividades. Por ejemplo, podemos mencionar, los diversos trabajos que surgen a raíz de las festividades, como serían las costureras, mujeres o los muxe's, quienes bordan y diseñan los trajes típicos.

La gente juchiteca no depende para sobrevivir del trabajo asalariado industrial. Tampoco están sometidos a los altibajos del mercado nacional e internacional. En este lugar se vive del mercado y, en general, del comercio, de la agricultura y de la pesca. Es una economía local y regional con estructuras, reglas y mecanismos propios.

El Mercado: cultura y economía

"La economía de mercado tiene en Juchitán un aspecto completamente inesperado en la actualidad. Aunque el comercio está totalmente integrado a la economía nacional, el mercado mismo, no obstante, se rige por los principios de la reciprocidad y la orientación a la subsistencia, preservada en su fuerza".⁴⁵

Para ello es necesario describir el funcionamiento del punto comercial más importante, el mercado que domina la ciudad, el cual está en manos de las mujeres.

Es un edificio sólido de dos plantas con arcadas; en la planta baja se encuentran los puestos del mercado y en la planta alta, por el lado frontal que da hacia la plaza, la presidencia municipal. El simbolismo de este orden habla por sí solo. "De los mil 150 puestos y pequeños lugares de venta que contamos en febrero de 1991 en el centro de Juchitán, 797 están en el mismo edificio del mercado".⁴⁶

Sin embargo, afuera se encuentran puestos a lo largo de las calles aledañas. El mercado está abierto todos los días, incluso los domingos. Las tareas de los pocos hombres que hay en el mercado se relacionan con su funcionamiento, es decir, cargadores, ayudantes familiares de la "marchanta" y algunos comerciantes ambulantes, en parte fuereños. Los hombres también ayudan a instalar el puesto, muy temprano, a la madre, esposa, hermana o hija.

Cabe señalar, que los hombres se dedican a otro tipo de trabajo como la pesca, la industria petrolera, el campo, por lo que el papel de la mujer es netamente comercial. En Juchitán existen tiendas de abarrotes, sin embargo, no hay supermercados, probablemente porque no tendrían ningún éxito.. En esta sociedad, ir al mercado, comprar y vender implica mucho más que la simple transacción mercancía-dinero.

⁴⁵ op.cit, p. 65

⁴⁶ *Ibidem.*, p. 67

El comercio sigue siendo artesanal en dos sentidos: el oficio del comercio mismo es considerado por las juchitecas como una habilidad y capacidad que dependen en gran parte de los talentos naturales de cada una, pero aún así es preciso aprenderlo, ya que es considerado como su fuente de ingreso como mujeres zapotecas.

Por muy pequeño que sea un puesto en el mercado, se trata siempre de un trabajo reconocido por todos, por ser necesario para la subsistencia. Los puestos en el mercado central son sumamente solicitados. Las "marchantas" los heredan o compran, o como miembros de un partido político les son adjudicados. El movimiento social a favor de los derechos ancestrales de la región, y en contra de la expropiación por parte del gobierno central y sus representantes locales, no sólo se refiere a la propiedad agrícola, sino también a la propiedad de los puestos en el mercado.

El triunfo de la agrupación política local, Coalición de Obreros, Campesinos y Estudiantes del Istmo (Cocei), como se mencionó, produjo una redistribución de los puestos del mercado. Sin embargo, independientemente de si se tiene o no un puesto permanente, cualquier mujer "teca" tiene derecho de vender su producto en el mercado, dando una cuota a un empleado, la cual si es elevada, se niegan a cubrirla y se manifiestan ante el presidente municipal.

En el primer piso del edificio se encuentran también, separados de la administración municipal por un pequeño patio de luz, los puestos que venden textiles, zapatos, alhajas de oro, artículos domésticos (ollas, loza), petates, hamacas, etc. La mayor parte de las joyas de oro, los huaraches, los petates, los huipiles y los trajes bordados son de fabricación juchiteca o regional.

El sector más grande del mercado, al igual que las calles adyacentes, está dedicado a la venta de comidas y productos alimenticios, que son de la región en un 75%. La planicie costera de los alrededores suministra los productos agrarios y pecuarios: maíz, carne, leche, huevos; las zonas montañosas y selváticas colindantes: el café,

cacao, frutas y frijoles; el mar, las lagunas y la represa al pie de la sierra aportan pescado y mariscos.

Los productos de caza, como las iguanas y los armadillos, usados para ciertos platillos regionales muy populares, se encuentra cada vez menos en los alrededores de Juchitán, debido a la deforestación de los montes para convertirlos en potreros de ganadería, por lo tanto deben llevarse desde lugares apartados.

El trueque y el comercio no se restringen en el lugar. "Una de cada siete mujeres adultas en Juchitán es vendedora en el mercado, pero una de cada dos trabaja en la producción de algo con el fin de venderlo o incorporarlo en la transacción comercial en general"⁴⁷

El punto central es la gran importancia de los alimentos en el sistema zapoteco de valores. La buena comida autóctona es uno de los pilares de la relativa prosperidad regional. Cabe señalar que el hecho de que 75% de los alimentos del mercado sean de la propia región significa que se consume lo que se ha producido y preparado ahí. Y son las marchantas las que sostienen la circulación local y regional.

A través de la cultura especial de la economía de prestigio, logran que sus mercancías y su trabajo mantengan su valor. Aparte de los víveres, esto cuenta asimismo para la vestimenta tradicional, los adornos de los lugares de fiesta y también para la música y la poesía zapotecas.

La considerable autonomía de Juchitán se mantiene gracias a la tenacidad de su gente, la que a su vez se basa en las estructuras matriarcales: el comercio sigue en manos de las mujeres, aquellas manos que sostienen la fuerza de la economía zapoteca.

⁴⁷ Ibidem.

3.4 CULTURA.

Juchitán es caracterizado por la celebración cíclica de fiestas, que dependen de las estaciones del año, su duración puede ser de varios días donde mucha gente se reúne con relaciones laborales como la siembra y la cosecha. El municipio juchiteco se caracteriza por tener un amplio número de festividades populares, las cuales se dan dentro de un contexto agro-cultural, con predominio del matriarcado.

La segunda característica, quizá una de las más notorias, es la generosidad y la reciprocidad que la sociedad juchiteca tiene en común, su función social es equilibrar las diferencias económicas e impedir la jerarquía, ligada al ejercicio del poder

Finalmente, existe una semejanza respecto al culto a los antepasados y la reinterpretación de la religión dominante. En Juchitán hay posibilidades como que la descendencia se determine o bien por la línea materna o por la paterna, de modo alternativo o combinado. La herencia depende generalmente del sexo: donde la hija hereda los bienes de la madre; el hijo, los bienes del padre. Se establece que la casa sea siempre "la casa de mi mamá", incluso cuando los títulos de propiedad están a nombre del padre. Y ésta, generalmente, se deja en herencia, muy matriarcalmente, a la hija menor. Y por último: en las sociedades matriarcales las mujeres se encargan del comercio.

De este modo, la independencia de la gente juchiteca, en el sentido de contar con una economía propia de acuerdo con valores culturales propios, se debe a la estructura social y la filosofía matriarcales, que constituyen una defensa contra la irrupción de la ideología del desarrollo y su tenacidad por trascender.

El origen de la mujer no se niega ni depende de la naturaleza. Se subsiste mediante la buena comida y el beber, la vestimenta típica y de la casa de la madre dentro del ámbito familiar, se trata, pues, de disfrutar la vida con dotes de convivencia comunitaria.

La generosidad constituye, como se había señalado, un valor importante en la cultura istmeña. Ofrecer buenas y abundantes comidas y bebidas, presentar buena música y adornar el lugar debidamente. Tanto para las fiestas llamadas "velas", como para las celebraciones de matrimonios, cumpleaños, exámenes, inauguraciones etc.

La cultura étnica local y regional está sustentada por una red de solidaridad basada en lazos de parentesco, de compadrazgo y de pertenencia territorial. La economía de prestigio a través de la generosidad es también un factor de reciprocidad. En Juchitán es muy mal visto cualquier tipo de actitud basada en una situación económicamente superior. Las personas arrogantes son aisladas socialmente.

La sociedad vive en un cambio continuo, pero con respeto hacia principios como la reciprocidad, el sentimiento de solidaridad común, la alta estima de la comida y del trabajo necesario para la subsistencia, la consideración mutua, el orgullo y la tenacidad. Sin embargo hay que señalar que Juchitán no es un paraíso. Aquí hay violencia y agresión, envidia y calumnia. Es ruidoso y sucio, la basura invade las calles, el río y los alrededores.

A) Las fiestas un respaldo económico.

Todas las fiestas en Juchitán son de varios días, mínimo dos, de los cuales el último siempre es la "lavada de ollas". Las fiestas de matrimonio duran por lo menos dos días a lo que sigue un tercero ("Lavada"). Las "Velas", las grandes fiestas de vecinos de la comunidad, duran hasta cuatro días. "Sin contar todas las lavadas, resultan entonces aproximadamente 628 fiestas grandes al año. De éstas, 83 se efectúan tan sólo en el mes de mayo y 58 en diciembre. Para mayo llegan más de 60 mil personas."⁴⁸

⁴⁸ Ibid. 79

Las fiestas se acomodan a la jornada laboral; las festividades son parte de la vida diaria. Esto cuenta también para las fiestas "auténticas" como. Navidad, Semana Santa, Todos los Santos. En estos días se adquiere un carácter especial por los rituales inherentes; sin embargo, es escasa la interrupción de la vida cotidiana. Pero, las fiestas, también, son una obligación social, con la cual los vecinos constantemente dan vida y fuerza a su comunidad por medio de la reciprocidad.

B) La Vela

La palabra "vela" tiene varios significados en castellano, por ejemplo: 1) cilindro de cera, sebo u otra materia grasa, con un pabilo en el centro para que pueda encenderse y dar luz, 2) vigilia y 3) piezas de lona o lienzo fuerte que, cortadas de diversos modos y cosidas, se amarran a los travesaños del mástil para recibir el viento que impele la nave.

Estos tres significados podrían relacionarse con la fiesta, ya que la noche previa a la fiesta misma se realiza una ceremonia en la cual se hacen las velas, que luego se llevan a la iglesia durante la celebración. El toldo blanco que, sujeto a un poste, cubre el lugar donde se celebra la fiesta, evoca la vela de un barco. Y, en verdad, la fiesta dura toda la noche y se vela hasta el amanecer.

Las velas, se dice, tienen su origen en las llamadas "envelats" o enlonados que se realizaban para las fiestas tradicionales de una población rural española y en cuyo centro -igual que se hace en la Velas juchitecas- se coloca un astil o palo mayor, sostenido por cuerdas que a la vez servirán para sostener el enlonado, quedando así dispuesta la pista de baile. Cada vela dura tres días, pero su preparación se realiza hasta con medio año de anticipación por mayordomos, con el apoyo de la sociedad de la Vela

El primer día, el principal del festejo, los integrantes de la sociedad, amigos y familiares levantan la gigantesca carpa donde se colocan ordenadamente las sillas para los invitados en espacios asignados previamente a cada socio. Al centro queda la pista

de baile y, alrededor del telón, los puntales de apoyo que permanecen en círculo se cubren con guirnaldas de papel brillante o lienzos de manta alusivos a la celebración.

La banda de música regional acompaña a los mayordomos desde su casa en el recorrido por las calles hasta al lugar de la Vela, que puede hacerse en la calle, en una pista determinada para tal fin o en el atrio de la iglesia -como en el caso de la Vela Angelical Pipi Lado Sur.

Las velas se dividen en cuatro grupos: en honor de un santo o una santa (por ejemplo, la Vela de San Isidro), de alguna agrupación profesional o artesanal (por ejemplo, la Vela Guzebenda-Vela de los Pescadores); de alguna gran familia (Vela López o Vela Pineda), o de los habitantes de algún barrio determinado (Vela Cheguigo o Vela Calvario).

Aquí es noche de rito y de fiesta, de conjugar viejas celebraciones de fe católica con prácticas ancestrales de adoración a los dioses prehispánicos. En Juchitán lo religioso pierde su sentido de solemnidad y seriedad para irradiar alegría y música al ritmo de los sones, del grito del ¡Ay Sandunga, mamá por Dios! . El estallar de cohetes en honor de San Vicente Ferrer, patrón de los juchitecos.

Sin embargo, aún conservan parte de sus tradiciones y por ello perviven la vela del dios Largato (Guela Be'ñe), la fertilidad de la tierra (Vela Igú) y algunas que aluden a las actividades de la región, como los pescadores, alfareros y coheteros, entre otras.

"En Juchitán se registran en mayo, oficialmente, 18 velas pero el número se duplica si se consideran las que se realizan durante todo el año."⁴⁹

⁴⁹ Guadalupe Ríos. "Las velas, simbiosis de fe católica y prácticas ancestrales en Juchitán". La Jornada, p.24

Se incluye en la larga lista de celebraciones, aquellas velas de apellidos "distinguidos" como López, Pineda, o bien, la Vela Agosto y la empresa cervecera con su "Vela Superior". A su vez los maestros también tienen su festejo en la "Vela magisterial", que hace sonreír al recordar otra no menos "brillante", la "Vela del Alfabeto", creada en Ixtepec en 1998 con la participación del Instituto Nacional de Educación para los Adultos.

Existe también la "Vela de las Intrépidas", organizada desde hace 15 años por un grupo de homosexuales juchitecos (Muxe's), al igual que la vela "Santísimas" taberneras, aquellas mujeres que no pueden dejar de estar presentes en la vida social del pueblo juchiteco.

Tanto las reconocidas en forma oficial, como otras de menor importancia por la escasa participación de la población y de la misma sociedad organizadora, todas las velas se rigen por el principio básico de las cofradías traídas por los frailes dominicos en la Colonia, del cual derivó la administración de los mayordomos.

De este modo mayo es un mes de fiesta en Juchitán. Con mucha anticipación, las mujeres preparan los trajes regionales, almidonan los blancos holanes que adornan las enaguas de terciopelo, de piel de ángel o raso, multicolores, de cadenilla, tejidas con seda o bordadas con hilo de algodón a fin de lucir, orgullosas, con sus más caras joyas en la Velas de Juchitán.

Nunca como en las Velas, las juchitecas dan brillo a "ahogadores" y brazaletes de oro armados con monedas de 50 centavos, dos pesos, dos cincuenta y hasta centenarios que penden de sus torzales o lazos, de sus aretes y anillos.

El baile es el clímax de la vela, para éste se improvisa un local en la calle o en una plaza pública, instalando uno o dos enormes toldos. Alrededor se levantan paredes de tablas, dejando sólo un lado abierto. Este salón se decora también con hojas de palma y flores ("Enramada").

Las primeras notas inician el baile, entre las 8 y 9 de la noche, fiesta que se prolongará con la compañía de dos orquestas y una banda musical que entonan los típicos sones regionales.

Corre la cerveza fría, sacada de las hieleras que se esconden en la parte posterior de los "puestos" en los que se ordenan las viandas y platillos que se repartirán entre los invitados: cacahuates, tacos, queso de chile, empanadas, camarones, tamalitos de cambrey, hueva de lisa y, a pesar de la veda permanente y de las disposiciones federales, huevos de tortuga como lo indica la tradición.

Llegan los invitados con el cartón al hombro, la limosna de las mujeres envuelta en una servilleta de tela o papel para corresponder al gasto efectuado por la anfitriona o socio que los atenderá toda la noche. Para los hombres, el traje de "etiqueta", pantalón negro y guayabera o camisa blanca, es requisito; para las mujeres, su traje regional.

A las ocho de la noche comienzan a llegar las protagonistas de la vela, las mujeres, cargadas con grandes fuentes llenas de comida que depositan en las mesas. La música de una banda anuncia la llegada de los "mayordomos", cuya pareja que tiene la responsabilidad de organizar la fiesta. Acompañada de sus parientes, amigos y conocidos, la pareja toma asiento en la mesa más grande, con el mayor número de sillas, que exhibe las fuentes más abundantes y con los manjares más exquisitos.

Los mayordomos son los encargados de vigilar la correcta administración de los recursos de la sociedad, disponen de la música, organizan las actividades previas para recolectar el dinero para las fiestas y entregan a cada socio la comida correspondiente (tamales, mole, pan, atoles) como retribución por la ayuda económica que éste hace.

Los mayordomos siempre serán una pareja, pero no necesariamente un matrimonio; es frecuente que una madre y su hija, o también una madre y su hijo, sean los anfitriones. Pero las mujeres, en toda caso, siempre tienen el papel más importante en el evento y el cumplimiento del cargo.

Éstos son elegidos y apoyados por la sociedad que organiza la vela, que está integrada por un comité organizador femenino, cuyas integrantes se denominan guzá'anas (las señoras mayores son las guzá'anas golas) y otro masculino, compuesto por "diputados" (en zapoteco: xhuanas).

En las noches calurosas, una ligera brisa revolotea entre las amplias enaguas, y al compás de las notas de la Sandunga o La Llorona, el baile comienza, se deja ver el movimiento cadencioso de las "tecas", quienes con gracia y donaire elevan la enagua y dibujan con los pies un semicírculo frente a su pareja que zapatea, si es hombre, o que con garbo se mueve si la pareja es mujer, pues en Juchitán, con la más completa naturalidad es común que las mujeres bailen entre sí, mientras el hombre en la parte posterior del enlonado, disfruta de cervezas frías.

Se comienza a servir la botana, los primeros platos con ensalada de camarón, chiles rellanos, cacahuates recién tostados, consomé de chivo, pescado frito, tamales, estofado y muchas otras delicias. Los platos de comida y las cervezas se ofrecen a las señoras, que arriban

Los trajes de gala con sus ornamentos y grandes flores bordadas en múltiples colores acentúan la corpulencia de las tecas, que ellas lucen con mucha dignidad. El oro, que las adorna en forma de cadenas de monedas, aretes y pulseras, es una materialización secundaria de esta riqueza o abundancia tan "natural".

Los vistosos trajes, las cintas multicolores en las largas trenzas y las flores en el cabello de las señoras y de las mujeres jóvenes contrastan con la formal vestimenta de pantalón negro y camisa blanca de los hombres, quienes permanecen detrás de las mesas junto a las paredes. Sólo los hombres que quieren ser considerados como mujeres -los muxe's- se sientan con sus indumentarias muy llamativas entre sus madres, hermanas, primas, amigas y vecinas.

Poco a poco la solemnidad inicial se va perdiendo. Las enormes cantidades de cerveza que las señoras han compartido se manifiestan ahora concretamente en una progresiva alegría y relajamiento de muchas reglas de conducta. Las obscenidades en zapoteco, las risas estridentes y los constantes brindis a la salud de alguien, crean un ambiente picante, jacarandoso.

Los que hoy realizaron el gasto para embellecer la noche, dejarán el cargo a sus sucesores mediante una ceremonia sencilla. Entre las dos y las tres de la mañana una nueva pareja recibe públicamente la mayordomía, que se realiza con la entrega de un ramo de flores de los mayordomos salientes a los entrantes (autonombrados en el momento).

El compromiso es fijado con un fuerte abrazo, aunado a las vivas de los invitados. Se inicia el recorrido alrededor de la pista de baile, al frente la pareja de mayordomos, detrás toda la sociedad de la Vela camina al ritmo de La paloma, después habrán de bailar Lucero de la mañana, son que anuncia la culminación de la fiesta.

Una banda de músicos entona, como puede, los acordes de alguna alegre marcha y salen a la calle para acompañar al mayordomo hasta su casa. Atrás quedó el enlonado y una alfombra de botellas de cerveza vacías --los cuartitos de 190 mililitros-- cubren el área de los invitados. Las empresas cerveceras se niegan a dar cifras de cuántos cartones se venden en cada vela, pero apuntan: "depende de cada vela, en las pequeñas el consumo puede ser de 400 o 500 cartones, pero en las grandes se llega a los mil cartones", es decir, 20 mil cervezas se beben en una sola noche de Vale en Juchitán, que equivale a 55 mil pesos por vela... ¡sólo en bebida! Cifras moderadas".⁵⁰

La "fiesta mayor" de mayo se inicia a partir de la segunda quincena de este mes y hasta el día último, en las que se realizan las más grandes y lucidas velas y también, por supuesto, las más grandes y bellas "tiradas de frutas".

⁵⁰ Ibidem, 25

Es la despedida del mes mayor de fiestas titulares en esta ciudad, no hay calle donde no se pueda observar el desfile de carros alegóricos en el centro de la ciudad, donde se rechace una cerveza fría en los "puestos" a que se acude como invitados y en donde se bailen con mayor alegría los sones de la región istmeña.

Esta es, según evalúan los conocedores del tema, una de las fiestas más caras que en forma colectiva se realizan en el país y que constituyen parte de la identidad cultural de un pueblo. El día 22 de mayo se realiza la Vela Biadxi (ciruela), el 23 la Santa Cruz del Calvario, el 24 es el único día que se descansa y el 25 se reinicia con la Angélica Pipi (lado Norte y lado Sur), el 26 la Vela San Isidro Labrador, el 27 la Vela San Vicente Ferrer Huini (Chico), el 28 la Vela San Vicente Ferrer Gola (Grande) lado norte y sur y concluye con la Vela Cheguigo el día 29 de mayo.

Las velas y, por ende, la responsabilidad de las mayordomas, comienzan aproximadamente dos meses antes de la gran fiesta. La mayordoma prepara pan, tamales y "bupu" (bebida espesa basado en atole de maíz, canela, panela y la flor de guie'chaachi) y los hace repartir a todos aquellos que quiere invitar a la vela y de los cuales espera una limosna para la fiesta. Las mujeres son capaces de ahorrar durante todo un año para gastarlo todo en un solo día, durante las fiestas titulares.

La característica principal para llevarlas a cabo es la reciprocidad, los lazos de cooperación y el alto sentido de compromiso de las mujeres zapotecas lo que las hace posibles. Como dijera el cronista de Tehuantepec, César Rojas Petriz: "en una vela recibimos a nuestros invitados con muestras de amistad, los atendemos con el corazón en la mano y los despedimos con el ruego de estar con nosotros en la próxima ocasión".⁵¹

En la medida que la gente de Juchitán se atiene a los principios de la reciprocidad, declaran ser parte de la comunidad y se vuelven personalidades honorables y respetadas. El honor y el prestigio se miden en la disposición para cooperar. Cuando las

⁵¹ Ibidem.

mujeres y los hombres llegan a la enramada, como primera obligación saludan a su anfitriona y le entregan su cooperación (un cartón de cerveza y una determinada suma de dinero) Muchas mujeres también llevan una botana o regalos, que la anfitriona obsequia a los invitados a la fiesta.

La lista de gastos muestra que el valor de lo que han recibido los anfitriones, en forma de limosnas y regalos, supera con creces sus propios gastos. En gran parte se han ganado estos obsequios con su colaboración generosa en eventos previos; ellos han aportado anteriormente y sus invitados ahora devuelven las atenciones.

Pero después de su fiesta tendrán que aceptar nuevamente algunas invitaciones para "retribuir" y cumplir con los compromisos contraídos. El máximo de prestigio social se adquiere al asumir la responsabilidad de organizar una vela y aceptar la "mayordomía". Las fiestas son el espacio público de la población. Son un vínculo inseparable entre la vida en la comunidad y la supervivencia en el ciclo de la naturaleza, mientras los seres humanos respeten los principios de la reciprocidad.

C) "La regada de flores o Guié"

Es un paseo de carretas, carros alegóricos con niñas y jovencitas coloridas por su traje regional; caballos montados por muchachos y muchachas que recorren las principales calles, que inicia en la casa de los mayordomos y termina en la iglesia, lanzando pequeños regalos al pasar. Antes eran flores y frutas, ahora son utensilios domésticos, juguetes de plástico, bolsas de detergente, etc. Es parte de la ceremonia dedicada a algún santo: vela o misa simplemente.

La regada de flores se organiza con varias comitivas. Primeramente, una hilera de carretas tiradas por bueyes adornados con ramos de plátanos, sauce, maíz, flores de papel. Los sigue una banda de música tradicional y un conjunto de niños y jóvenes tocando música con caparazones de tortuga y una flauta de carrizo. A continuación dos parejas de mayordomos, los "salientes" y los "entrantes", encabezando dos hileras de

mujeres jóvenes vestidas con el traje regional, que portan en una mano una bandera de papel y en la otra una vela.

Más atrás observamos otras dos hileras de mujeres ya maduras y algunas ancianas con un jarrón de flores cada una. Aparecen los carros alegóricos, en los que vienen las "capitanas" y sus invitadas, todas vestidas con su traje y sus joyas, lanzando los regalos a los espectadores apostados en las banquetas o a los acompañantes del recorrido.

Posteriormente se presentan los caballos montados por niñas, niños, mujeres y hombres jóvenes, vestidos de "vaqueros" y "adelitas", encabezados por los "capitanes". Al término se observa un contingente pequeño integrado por hombres que cargan flores de cereza. Asistir a este evento como parte de la comitiva requiere de una invitación previa en la cual la "capitana", o sea la muchacha o niña que encabeza el contingente, envía pan y chocolate (quendare') a la familia invitada; éstos quedan comprometidos en asistir y participar con los preparativos. Una parte del presupuesto familiar se irá destinando a la hechura del traje, que puede ser bordado, tejido o de cadenilla. Así mismo se irán comprando poco a poco los regalos: una docena de bolsas de palma, otra de jícaras, otra de juguetes.

3.5 EDUCACION.

La asistencia a la escuela no está en primer plano, o por lo menos no constituye la actividad única y fundamental de las niñas. Ya que se considera muy importante que una mujer sepa ganarse la vida desde pequeña, y eso se logra aprendiendo el arte del comercio, de la transformación de productos agrícolas o de los obtenidos de la caza y la pesca, o del trabajo artesanal de fabricación de enseres domésticos o vestimenta.

La etapa que transcurre entre la pubertad y la adolescencia es muy importante para colocar los cimientos de una vida futura independiente. Aprender un oficio y desarrollar la habilidad para el comercio, son cuestiones que generalmente requieren que

la joven salga de la casa para ir con algún pariente o conocida de la familia, quien además de enseñarle, le comprará ropa y le dará algún dinero.

Según datos de 1995, existen en México 7.8 millones de hablantes de lenguas aborígenes (el 8% de la población total). Estos mantienen vivos a unos 289 idiomas, entre los cuales los aztecas, mayences y zapotecas son los más hablados. El estado de Oaxaca es el más indígena de la República Mexicana, ya sea por el número de habitantes indígenas o por el número de culturas aborígenes vivientes que ahí se concentran.

El idioma indígena con mayor representación en el estado de Oaxaca es el zapoteco, con algunos 423,000 hablantes. La lengua zapoteca pertenece a la gran familia lingüística otomangue. De los 173 idiomas vigentes del otomangue, 64 son zapotecos. Estos se encuentran distribuidos geográficamente en tres grupos dentro del estado oaxaqueño: norte, sur y tehuano (con pequeños reductos en los estados vecinos de Chiapas y Veracruz).

El idioma zapoteco se habla con una abundancia de sonidos y tonos. Debido a que el conjunto de sonidos necesarios para hablar el zapoteco es mayor en comparación al de los idiomas europeos, es difícil capturar al zapoteco con precisión utilizando el alfabeto romano. En un estudio del zapoteco villalteco, la investigadora Inés Butler concluyó que se necesitaba un alfabeto de 39 letras para capturar todos los sonidos de este dialecto. (Gramática Zapoteca: Zapoteco de Yatzachi el Bajo. Inst. Lng. Verano, 1980).

El zapoteco emplea la rearticulación, el paro global, vocales largas y cortas, consonantes ásperas y suaves (incluyendo a una "R líquida") y variaciones de tono. Estas características resultan en un idioma con aspectos casi melódicos. Se necesitan de tres a cuatro "tonemas" (según el dialecto), para distinguir entre ciertas palabras, a saber: alto, bajo, ascendiente y descendiente (este último no se encuentra en todos los dialectos).

De acuerdo a Whitecotton (1977), estas son dos características singulares de la sintáxis zapoteca:

1. Para indicar la gama completa de voz gramatical, tiempo y modo, se fusionan varios prefijos y sufijos al verbo.

2. Los nombres y pronombres varían de acuerdo a la relación existente entre el hablante y el objeto de la oración. Por ejemplo. los nombres y pronombres indican si uno le habla a, o acerca de, una persona, animal, objeto o a lo sobrenatural. De igual manera los nombres y pronombres dan a entender si uno tiene relación íntima o formal, e inclusiva o exclusiva, con el objeto de la oración. en algunos casos existen modos de hablar particulares al género del hablante.

Enseguida se cita un ejemplo de la sintaxis zapoteca, tomado de un relato escrito en 1962 por Lucía López Llaguno y publicado por Butler:

Ya'a Xinadjo na' gose' anelen
bena' gol ca' gose' eza' cani'
na' chjo'e regal che ya'ane.

Monte Xinadjo allá
hablar con persona vieja los
vivieron hace mucho tiempo y
van ponen regalo para el monte.

Nuestros antepasados tenían
la costumbre de hablar con el
Monte Xinadjo y llevaban
regalos para el monte.

De acuerdo a reconstrucciones léxico - estadísticas, el otomangue pertenece a los más antiguos estratos lingüísticos de mesoamérica. Se estima que hasta hace 10 mil años, los paleoindígenas de la región compartían un sólo idioma. al comenzarse a asentar las diversas poblaciones y a diferenciar su habla, se distinguen tres grandes familias a partir de la época (diez o siete mil años antes del presente) mayence,

yutoazteca y proto-otomangue. Esta última familia se presentó desde el ahora estado de Hidalgo hasta la zona del Istmo de Tehuantepec.

Durante los milenios siguientes fueron divergiendo y desprendiéndose varias ramas lingüísticas de la familia, como lo son el otomí-pame, el chinanteco y el chocho-popoloca-mazateco.

Una diferenciación clave ocurre alrededor de 5,700 antes del presente al comenzarse a fusionar los hablantes del mixteco y el zapoteco. El mixe-zoque se desprende alrededor de 3,500 antes del presente. Estas estimaciones glotocronológicas se comprueban al compararse con los datos arqueológicos.

Por ejemplo, la glotocronología indica y la arqueología comprueba la atomización de la cultura zapoteca al comenzar a decaer la gran capital de Monte Albán, puesto que simultáneamente con este evento que inicia en el siglo VIII de nuestra era surgen variantes dialectales en las zonas aledañas a los valles centrales de Oaxaca.

De acuerdo a Mauricio Swadesh, lo sucedido con la gran familia otomangue puede compararse directamente con la historia de los idiomas del romance, los últimos que comparten una raíz común en el latín, cuya evolución a lo largo de los milenios es lo que conocemos como varios idiomas relacionados, pero por lo general no entendibles el uno con el otro.

Swadesh clasificó la "distancia lingüística" entre los varios idiomas zapotecos como de igual magnitud a la distancia entre los varios idiomas del romance, y coincidentemente ambas familias, otomangue y romance, evolucionaron dentro de un marco temporal casi idéntico. Es notable que en las lenguas zapotecas, como en las del romance, uno de los aspectos más altamente "conservados" ha sido el sistema de numeración.

Mientras que un zapoteco tehuano y uno serrano difícilmente podrían conversar utilizando cada uno su dialecto natal (ambos idiomas divergieron del zapoteco vallista

desde hace ocho siglos, y no han interactuado en forma significativa desde entonces), ambos podrían entender con facilidad los números del otro

La Comisión Nacional del Libro de Texto Gratuito (CONALITEG) atiende actualmente a unos 700 mil niños indígenas en el país con textos en sus lenguas en nivel primaria, lo que representa una cobertura del 95% de esa población.

El director general de dicho organismo, Antonio Meza Estrada, informó lo anterior y dijo que los menores pertenecen a 52 de las 56 comunidades lingüísticas identificadas en el país. Ejemplificó que en el caso de Oaxaca se atienden ocho grupos étnicos de los 16 que conforman la entidad.

En entrevista explicó que hasta la fecha se ha entregado en el estado, 30% del total de los 5 millones 500 mil libros en español y en ocho lenguas indígenas y sus variantes en dialecto, lo que significa que se han distribuido un millón 500 mil libros

Desde 1992, se han logrado avances, como lo señala Meza Estrada, ya que desde que se inició el proyecto de libros en lenguas indígenas en 1992, como parte del Acuerdo Nacional para la Modernización Educativa, se han formado importantes recursos humanos para hacer posible la educación primaria en lenguas indígenas

Los recursos humanos con la formación de investigadores mexicanos de alto nivel que trabajan en la elaboración de los libros, cuyo proceso se inicia desde el desarrollo de la escritura de las lenguas, ya que muchas de ellas no cuentan con alfabetos que permitan escribirlas.

En la composición participan antropólogos, sociólogos, lingüistas y se tiene la meta de proporcionar estos textos a unos 750 mil niños, aunque en muchas comunidades donde no se cuenta con ellos se debe a que son muy pequeñas o están muy dispersas, o bien tienen muchas variantes de dialecto en sus lenguas.

En algunos casos más lamentables, los niños ya no hablan sus lenguas originarias por un proceso de pérdida, y a estos factores se debe que la cobertura no sea absoluta. (El Nacional, 6 mayo 1997, Sección País.)

3.6 MEGAPROYECTO DEL ISTMO.

En todos los niveles se observa la independencia personal y colectiva de esta gente, los zapotecos de Juchitán son conocidos como rebeldes. La ciudad está situada en medio de un llamado "polo de desarrollo", el Istmo de Tehuantepec, al que desde hace tres decenios se dedican esfuerzos para su desarrollo, principalmente por parte del gobierno mexicano.

El Megaproyecto del Istmo de Tehuantepec pretende industrializar esta zona, con inversión de capitales privados, nacionales y extranjeros, con todas las consecuencias que puede traer. Finalmente, será la tenacidad de todos, no sólo de la ciudad juchiteca para limitar y defender la cultura de la población.

En México, nuestro futuro es determinado por el capitalismo salvaje "globalizador", en donde la geopolítica mexicana se ha visto reducida a obedecer patrones económicos y culturales neoliberales, así como de sus grandes beneficiados. Resulta interesante que México ocupe un lugar geográficamente decisivo, ser vecino de los Estados Unidos, con importante influencia en el gobierno nacional, en las políticas económicas, sociales, etc. Sin embargo, no sólo afecta a los mexicanos, sino a Latinoamérica, donde los distintos gobiernos han favorecido a las compañías extranjeras, entregando las principales riquezas estratégicas de los países latinoamericanos.

Se puede mencionar el caso de Colombia a principios de siglo (1903) donde los estadounidenses se interesaron por uno de los tres departamentos, el de Panamá, correspondiente al Istmo; que después de 3 ó 4 intervenciones construyeron una línea ferroviaria (transistmica) cercada militarmente y controlada desde luego por ellos. Estados Unidos tenía el gran interés de construir un canal para cuyos fines fue separado

este Departamento colombiano, ahora República de Panamá, el 3 de noviembre de 1903, para que de inmediato se firmaran los acuerdos de Hay Bunau Varilla, el 18 de noviembre de 1903, es decir 15 días después de partir Colombia.

Asimismo, se estableció "La Zona del Canal", incorporando los derechos de vías con una distancia de 8 Km a cada lado del Canal. Desde el año de 1914 a la terminación de las obras de esta obra, hemos observado las numerosas formas de intervención estadounidenses en ese país, derrocando e imponiendo presidentes, hasta lograr un auténtico enclave en dicha zona y tener con ello garantizada su "seguridad nacional".

Por otro lado, el 31 de diciembre de 1999 llegó a su fin el Tratado Torrijos - Cárter con ello se devolvió el Canal de Panamá al país de origen. Pero esta entrega no se dio por la vigencia del Tratado, sino por la insuficiencia de la capacidad del Canal debida a la disminución y sequía temporal del Lago Gatúo (que es completamente artificial y que tarda en reponerse entre 6 y 12 días para llenar las esclusas y poder dar tránsito a los containers). Esto tenía serias implicaciones en la economía estadounidense, ya que dejaban de contar con este corredor comercial.

Si nos remitiéramos a la conquista veríamos que desde aquí Hernán Cortés tenía ya ideado un proyecto de enlace marítimo entre el Atlántico y el Pacífico. En el siglo pasado, Benito Juárez ratificaba el tratado McLane-Ocampo, que no sólo le daba tránsito a perpetuidad a los Estados Unidos por el Istmo de Tehuantepec, sino que entregaba la Península Californiana al territorio Norteamericano, con sus respectivos resguardos militares.

Actualmente, el gobierno mexicano sigue garantizando los intereses transnacionales, con el seguimiento a las políticas satinistas, que consisten en seguir entregando el país a todo capital que sostenga "buenas ofertas", generándose así intensas pugnas entre grupos y consorcios asociados con estadounidenses. Es irónico que mientras los consorcios se declaran la guerra para adquirir las paraestatales, el gobierno mexicano tiene pugnas para licitarlas (entregarlas).

Afortunadamente para los estadounidenses el gobierno, actualmente, implementa el coloquialmente llamado **"Megaproyecto de Desarrollo Integral del Istmo de Tehuantepec"**, cuyo interés de fondo es entregar esta parte del territorio nacional para sustituir el corredor comercial panameño que dejara de ser controlado por el gobierno de Estados Unidos.

En realidad no es un sólo proyecto, éste se conforma por 146 proyectos a los que se les llama de "desarrollo", donde sólo 10 de ellos (los que equivalen a recursos forestales, química, petroquímica, agroindustriales, mineros y derivados, pesqueros, turísticos y de comunicaciones que comprenden: carreteras, ferrocarriles, puertos, aeropuertos, ductos, etc.) tienen programado el 90% de la inversión, lo cual es desproporcionado con respecto a los 136 proyectos de desarrollo integral y social que tiene sólo el 10% restante, en donde se privilegia al capital privado, particularmente transnacional.

Los consorcios estadounidenses se encuentran en primera fila esperando tomar los principales (estratégicos) 10 de estos 146 proyectos. Aquí nos preguntamos ¿dónde está entonces el programa de desarrollo integral que plantea el gobierno?.

Este tipo de industrias ha generado durante las últimas cinco décadas los más altos índices de contaminación de suelos y aguas a nivel nacional, así como la región de mayor marginación y pobreza en México.

En el Istmo de Tehuantepec viven 2 millones de habitantes, el 70% son indígenas, estamos hablando de 1 millón 400 mil habitantes indígenas correspondientes a 11 etnias diferentes (chontales, huaves, mixes, tzoques, tzotziles, zapotecos, mixe-tzoques, mazatecos, chinantecos, entre otros), esta zona del país es la más rica de México, y al igual que Chiapas sus pobladores (indígenas) mueren de hambre día con día. Los indígenas que logran soportar las infamias extremas del sistema, tienen como único recurso "la selva", que alcanza a proveer gran parte de sus necesidades vitales.

¿Qué pasará cuando International Paper (empresa estadounidense) y el Grupo Pulsar lleguen a arrasar con cientos de miles de hectáreas de selva para sembrar eucaliptos para celulosa y despoje a estas 11 etnias de su único recurso?, ¿serán suficientes los 15 mil empleos que el Megaproyecto ofrece?

En esta parte de México encontramos al 10% de las especies endémicas del mundo, debido a los diferentes factores climatológicos y a la ubicación como único puente natural, al ser el único punto donde se interrumpe la cadena montañosa desde Sinaloa, México hasta Punta Arenas, Chile. Asimismo en la selva del Uxpanapa encontramos el banco de germoplasma (oro verde) más importante del país.

Comparando la selva de los Chimalapas con la selva Lacandona que es tradicionalmente más mencionada, vemos que en la primera encontramos entre el 14 y 21% más de biodiversidad en anfibios, reptiles, aves y mamíferos.

Gran parte de las medidas para la ejecución que este Megaproyecto propone, son muy graves para la población ya que ésta ha vivido -cómo ya mencionamos- de sus recursos forestales por más de 2 mil años y en todo ese tiempo ha degradado sólo un 5% de la selva, en contraposición con la modernidad que en sólo 65 años se ha terminado con el 95% de las selvas y bosques de niebla del mundo. Este Megaproyecto propone la siembra inadecuada de 19 monocultivos (entre ellos el eucalipto, el amaranto que en 3 años empobrece irreversiblemente la tierra, entre los más graves) que como hemos dicho dañan permanentemente la tierra además de arrasar con zonas de la selva que en la actualidad ni siquiera han sido exploradas por los indígenas que viven cerca de ellas.

Nuestros indígenas logran obtener hasta 3 mil productos de las selvas, pero las empresas estadounidenses sólo pretenden obtener 19 (principalmente maderas en rollo), como materias primas para industrialización, con saqueos de suelos mexicanos al dejarlos infértiles.

Cabe mencionar que desde el punto de vista legal, dicho programa está violando:
Los artículos 4, 8, 26 de la Constitución Política de México.

El artículo 15 del Convenio 169 de la Organización Internacional del Trabajo (OIT)
Ley General de Equilibrio Ecológico y Protección al Ambiente

Compromisos adquiridos por el Gobierno Mexicano en materia de Medio
Ambiente y Desarrollo

Convenio sobre la Diversidad Biológica suscrito por más de 150 países
inicialmente en la "Cumbre de la Tierra" celebrada hace 6 años en Río de Janeiro.

Es preciso mencionar que existen más acuerdos no respetados con dicho
proyecto, como los Acuerdos de San Andrés Larrainzar, Chiapas (1996).

La política de la desinformación sigue cobrando víctimas, ¿quiénes?, todos los que
vivimos en México, de los cuales sólo un 0.01% conocen las intenciones del Gobierno.

¿Quién se opondría a un programa verdaderamente integral que contemple un
desarrollo armónico y justo en lo social, lo económico y cultural con respeto a las formas
de vida y territorio de las comunidades indígenas, el aprovechamiento sustentable de los
recursos naturales y la conservación de los ecosistemas?.

El Megaproyecto Transístmico se viene llevando a cabo gradualmente, sin que se
haya dado un proceso de información y participación social, a pesar de su demanda por
parte de los pobladores del Istmo sobrepasando la Legislación ambiental, contradiciendo
el Plan Nacional de Desarrollo 1994-2000 del presidente Ernesto Zedillo y sin contar con
la elaboración de un programa de ordenamiento ecológico territorial, ni la previa
manifestación de impacto ambiental de proyectos, que como ejemplo podemos señalar, la
puesta en marcha de la Planta de Alkilación de Petróleos Mexicanos, cuyo
funcionamiento es a base de ácido fluorhídrico con los graves riesgos que ésta
representa para la población y el medio ambiente en Salina Cruz, Oaxaca.

Finalmente, perderemos soberanía, ya que esta amplia zona quedará bajo el uso, administración, beneficio y control como zona de seguridad de los Estados Unidos. Como consecuencia, tendremos la pérdida de la capacidad nacional, regional y comunal de aprovechamiento de las potencialidades de la región istmeña para un desarrollo basado en los modos y estilos de vida propios, haciendo compatible la preservación de los recursos naturales, la cultura y los beneficios socioeconómicos.

El problema es serio y se está fraguando, pues no sólo los indígenas resultan afectados, sino que la política entreguista neoliberal nos seguirá dañando aún más cuando el paquete (Megaprograma, antes Megaproyecto) lleve una mayor ejecución y surjan más intereses sobre nuestros recursos, donde los capitales multinacionales crearán una mayor inestabilidad del país, trayendo como posible consecuencia el estallamiento de un conflicto mayor al de Chiapas, el cual es la primera fase de la estrategia estadounidense para apoderarse de esta rica zona estratégica, la que fue estudiada desde el siglo pasado (Tratados McLane-Ocampo) pero que hoy más que nunca es conveniente para los capitales multinacionales, principalmente estadounidenses.

La desinformación nacional gana terreno y el gobierno mexicano se encuentra con los brazos cruzados. Es por eso que resulta importante la preocupación, interés e importancia que se le debe dar al Megaprograma, así como la difusión de los problemas que se derivan. Se recalca que dicho problema no sólo incumbe a México, sino a América Latina, será interesante estudiar el Megaprograma o Megaproblema desde sus distintas aristas y disciplinas involucradas.

CAPITULO IV

4. LA RADIO EN JUCHITAN, OAXACA.

Dentro de la investigación es importante mencionar las radiodifusoras que existen en la región del Istmo de Tehuantepec, particularmente, las que cubren el municipio juchiteco. De esta manera se presentan los grupos radiofónicos, así como las emisoras que integran. Cabe señalar la importancia del grupo Corporación Radiofónica Oaxaqueña (CORO), ya que se integra por 5 frecuencias en la zona del Istmo, por tanto cubre en su totalidad la región, aspecto que será importante para la difusión, preservación, así como el desarrollo cultural, educativo y social de la población.

4.1 CORPORACION RADIOFÓNICA OAXAQUEÑA (CORO).

Esta organización es una empresa que representa, actualmente a 10 frecuencias radiofónicas instaladas en el estado de Oaxaca. Esto en dos vertientes:

1. Las empresas del grupo corporativo López Lena, integrado por las frecuencias:

| | |
|-------|------------------------|
| XEAH | RADIO HIT, JUCHITAN |
| XETEK | LA TEKA, JUCHITAN |
| XEHL | RADIO MAR, SALINA CRUZ |
| XHLL | STEREO MAR, SALINA |
| XEYG | MATIAS ROMERO |
| XEPNX | PINOTEPA NACIONAL |
| XECOR | CUENCA DEL PAPALOAPAN |

2. Las empresas afiliadas:

| | |
|-------|-------------------------------------|
| XETLX | LA PODEROSA, CIUDAD DE TLAXIACO |
| XEPOR | LA EXPLOSIVA, PUTLA DE GUERRERO |
| XEACC | LA VOZ DEL PUERTO, PUERTO ESCONDIDO |

CORO, produce y transmite vía satélite desde la ciudad de Oaxaca, capital del estado, programación que es difundida a través de las 10 frecuencias que relacionamos, como son los espacios informativos:

Contacto Directo de 8:00 a 9:00 hrs.

Encuentro de 14:00 a 15:00 hrs.

Flashes informativos: Cada hora en la hora y
Cada hora en la media.

Produce y transmite también programación musical en horarios de 7:00 a 20.00 hrs. en apoyo a sus frecuencias.

Los resultados que se han obtenido a partir de 1996 en que se instaló el sistema satelital "CORO" que une a los pueblos oaxaqueños, han sido satisfactorios, sin embargo, dicha corporación se plantea como objetivo principal el alcanzar en un corto periodo de tiempo:

Excelencia en el funcionamiento de las empresas propias y afiliadas a la corporación.

Si bien es cierto, es una tarea difícil, sin embargo sus herramientas son: "la unidad, la firme determinación de crecimiento en las fuentes de trabajo, el orgullo que significa ser parte de una empresa en continua renovación y ascenso que se ha mantenido y estar a la vanguardia de los medios de comunicación en el estado de Oaxaca." (p. 3)

Aunado al objetivo general se encuentran proyectos concretos como:

1. Actualización
2. Mayor creatividad
3. Motivación de iniciativa de los trabajadores
4. Impulsar la competencia entre las emisoras para mejorar su rendimiento
5. Impulsar la competencia entre el personal para desarrollar sus capacidades

6. Mejorar la programación
7. Tener la mayor audiencia
8. Incrementar en su mayor nivel el volumen de ventas
9. Sanear la cartera de clientes
10. Utilizar adecuadamente los recursos con los que se cuentan

Para lograr esto, CORO se propuso seguir los siguientes planteamientos y actividades en las distintas áreas administrativas:

Área Administrativa:

- A. Responsabilizar al personal de las funciones que le corresponden
- B. Establecer y mantener una óptima comunicación oficinas centrales radiodifusoras
- C. Motivar al personal con incentivos de acuerdo a su rendimiento.

Área de Información:

A. Fortalecimiento de los noticiarios NCS, con el fin de lograr mayor presencia en todo el estado de Oaxaca y partes de otras entidades, donde se tenga la cobertura de nuestras emisoras.

B. Definir un espacio de coordinación de noticiarios, que permita un buen manejo informativo.

C. Productividad en todos los espacios para la venta de la publicidad tanto local como estatal.

Área de programación:

A. La programación deberá transmitirse tanto a través del satélite como en las plazas, a fin de hacerla más acorde con la preferencia del público de cada región.

B. Motivar al auditorio a la participación en programas de interés propio.

C. Capacitación a locutores, conductores y comentaristas para que se logre dar una imagen profesional que interese al radioescucha.

D. Realizar sondeos de opinión, encuestas, etc. entre la población, periódicamente, para determinar la preferencia del público y tomar en cuenta los resultados para los cambios que se requieran.

Área de Ventas:

A. Promoción de contratos para espacios publicitarios.

B. Cuidado en la calidad de transmisión, buena programación, atención brindada al cliente debida generando una constante comunicación con el mismo.

C. Los clientes deberán realizar sus pagos oportunamente, ya que si tiene adeudos es un cliente perdido la mayoría de las ocasiones.

La Corporación está integrada por distintas divisiones laborales, de las cuales se mencionarán a continuación, así como su función.

GERENTE ADMINISTRATIVO.

Persona responsable de la coordinación de todas las actividades que se realizan en la radiodifusora. Controla administrativamente los recursos humanos, materiales y financieros.

Los recursos humanos son aquellas necesidades de personal y selección del mismo para su contratación, previa autorización de la gerencia general, así como atender los asuntos laborales y reporte para autorizar permisos, vacaciones, cambios de turno, control de asistencia y faltas, aplicación de sanciones al personal por incumplimiento al contrato de ley.

En lo referente a los recursos materiales, reporta las necesidades de equipo y material de consumo en cabina y oficinas. Realizar la bitácora de mantenimiento de

equipo e instalaciones. Reportar el estado en que se encuentra y solicitar su reposición en caso necesario. Y actualizar el inventario (altas y bajas), cuya revisión será mensual, posteriormente entregar el reporte a las oficinas centrales.

Por otro lado, los recursos financieros, donde el Gerente administrativo es responsable de: cumplir con los objetivos de ventas y cobranza de la emisora a su cargo; coordinar las ventas a través de vendedores y autorizar los contratos que procedan respetando las tarifas vigentes y teniendo en cuenta el historial del cliente; la cobranza mediante el cobrador y del control de la misma; revisión y envío para la autorización de los gastos establecidos, de acuerdo a fechas de recepción y pago; firmar y checar la ficha de depósito bancario, descargando los pagos de cartera, llevar un control de cartera de deudores, supervisar y firmar el reporte diario a la gerencia general.

Dentro de las funciones y responsabilidades complementarias se encuentra el atender a clientes directos de la radiodifusora, verificar que se respete la programación y continuidad diaria, así como sancionar en caso contrario; firmar las órdenes de transmisión y supervisar la realización de las grabaciones de la emisora, reportar la calidad de la transmisión de la emisora, estar al tanto de las necesidades y fallas técnicas del equipo para su reporte oportuno, solucionar emergencias e imprevistos usando su capacidad de decisión y teniendo en cuenta siempre el interés de la empresa, e informando de inmediato a la gerencia general, autorizar con su firma, la orden de transmisión eventual que carezca de contrato.

Otras funciones son las de revisar la correspondencia local, canalizar la foránea a oficinas centrales, firmar los reportes de supervisiones técnicas y administrativas, haciendo las observaciones sobre la forma en que se realizaron, reparaciones y el estado en que se encuentran, operar los equipos, tiempo de garantía para la reparación, solicitud de refacciones, etc., enviar con prontitud contrato y texto de publicidad eventual a fin de que se incluya en la programación.

GERENTE DE VENTAS:

Coordina a los vendedores de plaza, realiza periódicamente visitas a los clientes de la emisora, busca clientes nuevos, promociona los tiempos publicitarios entre clientes potenciales, concreta ventas y lleva el control de las misma, se coordina con la gerencia administrativa para efectos de cobranza. En caso de clientes morosos, se encarga de visitarlos y lograr los pagos con oportunidad. Se coordina con el personal de la emisora para vender los eventos especiales según la programación y el calendario, supervisa y autoriza las operaciones de sus vendedores.

DISCOTECARIA CONTINUISTA

Horario de 9:00 a 14:00 y de 16:30 a 19:30 hrs

Como Discotecaria su función es elaborar y entregar en cabina la programación diaria un día antes, pasar a cabina el material para la programación una noche antes, supervisar el material nuevo para cambios de programación de acuerdo al calendario, monitorear la transmisión y hacer seguimiento según la programación, reportar a la gerencia administrativa cuando no se este respetando al programación autorizada, mantener en orden y clasificado el material discográfico, así como atender el estado de los discos para retirar los que están en mal estado, tener control del material, es decir, los discos sólo pueden salir del edificio mediante un vale autorizado por la gerencia administrativa, atender a los agentes de casas disqueras.

Como continuista su papel es elaborar y supervisar diariamente la continuidad de acuerdo a las órdenes de transmisión. La publicidad sólo será programada cuando se especifique en la orden de transmisión firmada por la gerencia administrativa, la gerencia general, la dirección general o la presidencia de la corporación.

Los servicios sociales deberán contar también con la autorización de las personas que ocupan los cargos anteriores. los cortes comerciales serán de dos minutos exactos.

En programación satelital cuidar la transmisión y en casos de cortes locales cubrir el tiempo exactamente.

Respetar los horarios asignados de acuerdo a la gerencia administrativa. Dicha asignación deberá tener el orden siguiente:

1. Clientes de contratación anual
2. Clientes de contratación actual
3. Publicidad nacional
4. Promociones de empresas López Lena
5. Tiempo oficial
6. Eventuales

En todos los casos, incluyendo las empresas López Lena, se deberá contar con el contrato respectivo para soporte de la orden de transmisión.

Se entregará antes de la salida la programación del día siguiente. La publicidad que por emergencia debe incluirse en continuidad fuera de horario, sólo podrá hacerse previa autorización y con anotación con tinta y firma del responsable.

LOCUTORES Y OPERADORES.

El locutor, además de ser la voz, es la imagen de la empresa. Su función primordial es dar el mensaje con honestidad, prontitud y simpatía.

El operador es de quien depende la calidad de la transmisión y hace posible que el producto final que es la programación, llegue en óptimas condiciones al auditorio.

Ambos tienen como responsabilidades: el cumplir con los horarios que tienen asignados. El tiempo máximo de tolerancia en retardos es de diez minutos. Deben respetar la continuidad y programación establecidas. tienen que considerar siempre que

los bloques de publicidad local estarán previamente grabados y con duración de dos minutos.

Los bloques de publicidad satelital tendrán también una duración de dos minutos. Las eventualidades serán autorizadas por oficinas centrales. Deberán llevar la hoja de control y firmar los reportes de cabina. Reportar fallas en equipo en forma inmediata, así como toda anomalía que afecte las transmisiones.

Observaciones:

Los cambios de turno sólo podrán realizarse previa solicitud con 48 horas de anticipación y debidamente autorizadas por la gerencia administrativa previo conocimiento de la gerencia general. Los permisos, vacaciones y cambios de horario, serán cubiertos por el "descansero" o por el locutor que asigne la gerencia administrativa, previo conocimiento de la gerencia general.

GRABADOR.

Su actividad consiste en grabar toda la publicidad para transmisión en cabina: publicidad nacional, de gobierno y local en coordinación con los locutores y de acuerdo a las órdenes de transmisión debidamente autorizadas.

Atender la orden de grabación que incluirá: texto, duración y locutor asignado. Seleccionará los temas para cada grabación. Hacer regrabaciones de las cintas cuando se requiera y mantenerlas en buenas condiciones. Es su responsabilidad la calidad de las grabaciones. Deberá, también, reportar el estado de su equipo, así como solicitar material de consumo a la gerencia administrativa, previa comprobación de la existencia anterior.

VENDEDOR:

Éste tiene que respetar las tarifas vigentes, está autorizado para realizar ventas para todas las emisoras, siempre y cuando respeten los clientes directos y de otros vendedores. Los clientes en descanso pueden ser contratados después de un tiempo razonable por el vendedor, no así los que son clientes directos de la radiodifusora.

Deben promocionar los tiempos de publicidad local y satelital para ampliar la cartera de clientes. Elaborar el contrato con los datos que requiere la forma y recabar la firma de conformidad del cliente y de la gerencia administrativa. Entregar contrato a la gerencia administrativa, respetar el folio y utilizarlo en forma progresiva. Checar horarios con la gerencia administrativa para no hacer compromisos dobles para el mismo tiempo.

Observaciones:

Todos los contratos nuevos, eventuales y de uno a tres meses, serán garantizados con el 50% del total de contratación y se facturarán en partes o el total según lo solicite el cliente. Para la contratación anual la empresa considera los beneficios de bonificación en pagos mensuales adelantados.

Los vendedores se apegarán estrictamente a las tarifas, tablas de descuentos y condiciones de venta, ya que si otorgan mayores porcentajes, no procederá el contrato. Amerita la cancelación publicitaria la acumulación de tres facturas sin pagar, lo cual deberá advertir al cliente.

Las comisiones se pagarán de las facturas cobradas, acumulando el importe en el pago correspondiente, en todos los casos se cubrirán a través de recibos de honorarios. En facturas vencidas, la comisión será pagada sólo si el pago se hace en menos de 60 días.

Las facturas no pagadas después de 90 días, serán descontadas al vendedor. El porcentaje a descontar mensualmente será negociado con la gerencia administrativa. No

está permitido negociar u ofrecer intercambios a nombre de la empresa. Los cheques por concepto de pago deberán ser expedidos a la razón social a que corresponde la emisora

COBRADOR.

Dicha persona debe solicitar oportunamente a la gerencia administrativa, la cobranza del día. Mantener la cartera de clientes al corriente. Reportar los clientes morosos a fin de que la gerencia administrativa o el vendedor intervengan. Reportar diariamente la totalidad de la cobranza para su depósito bancario inmediato.

VELADOR DE PLANTA.

El horario se determina según las necesidades la emisora. Tiene como responsabilidades el vigilar constantemente y reportar de inmediato cualquier anomalía en equipos, sospechosos que merodeen el lugar y actos que pudieran perjudicar las instalaciones. Así como el encendido y apagado de la planta de acuerdo a instrucciones y horarios establecidos. Limpieza del lugar.

MISCELANEO.

Al igual que el velador, el horario del misceláneo también está establecido según las necesidades de la radiodifusora. Tiene como responsabilidades: la limpieza del inmueble y el apoyo a las actividades de la gerencia administrativa.

A continuación se presentan las emisoras que cubren la región del Istmo de Tehuantepec, albergando, por tanto, el municipio de Juchitán de Zaragoza. El listado contempla, las siglas de la estación, antecedentes, gerente o coordinador, programación, horario de transmisión, tarifas publicitarias, etc. Cabe señalar, que no en todas se pudo investigar en su totalidad los datos, debido a que las propias radiodifusoras no contaban con ello, es decir, no manejaban teóricamente e incluso en la práctica dichos formatos.

4.2 EMISORAS DEL ISTMO DE TEHUANTEPEC, OAXACA.

XETEK RADIO TEKA

Antecedentes: Perteneció a la empresa Promosat de México, SA de CV. Anteriormente funcionaba como XECA en Cd. Ixtepec (carretera Ixtepec-Juchitán km2, cp. 70110, Ixtepec, Oax. Teléfono (971) 300-48), con frecuencia de 1430 KHz, antes Radio Éxitos, cuya potencia era de 1000 watts. Transmitía de 6:00 am a 20:00 hrs. pm. El contenido era música moderna en español.

Corporación Radiofónica Oaxaqueña

Gerente: Humberto López Lena Cruz (Hijo).

Frecuencia Actual: 1030 AM

Contenido: Estación que transmite en zapoteco y español. Música regional.

Ubicación Actual: Carretera Panamericana Cristóbal Colón Km 819.5 (ap.60) 70030 Juchitán, Oax.

Transmisor: Ubicado en las mismas instalaciones, carretera Panamericana km 819.5.

Teléfonos: (971) 112-33, 110-18 y 118 - 39.

Horario de Transmisión: De 5:30 am a 20:00 pm.

Potencia autorizada: 500 watts.

Situación Legal: Concesión.

Cobertura: Istmo de Tehuantepec

Perfil: Regional

Objetivo de la estación: preservar y difundir costumbres y tradiciones del Istmo Oaxaqueño.

Barra de Noticias: cada hora a la media NCS vía satélite. Información estatal y nacional.

Programación de la Radiodifusora XE TEKA de Lunes a Domingo:

5:30 a 9:00hrs. "Lucero de la Mañana"
(Sones de la Región y música de grupos tropicales regionales).

| | | |
|---------|-----------|---|
| 9:00 a | 11:00hrs. | "Memorias del Trópico" (Chico Ché- Rigo Tovar-Socios del Ritmo e Invitado) |
| 11:00 a | 12:00hrs. | "Maderas que Cantan" (Marimbas) |
| 12:00 a | 13:00hrs. | "La Hora de la Zandunga" (Sones Regionales) |
| 13:00 a | 14:00hrs. | "Tropical Modelo" (Programación de la Agencia Modelo del Istmo) |
| 14:00 a | 15:00hrs. | "Las Fiestas del Sol" (Programación Agencia Cuauhtémoc-Moctezuma) |
| 15:00 a | 16:00hrs. | "Por los Caminos del Sur" (Música de trovadores istmeños) |
| 16:00 a | 17:00hrs. | "Tardes Sonoras" (Programación de Sonoras) |
| 17:00 a | 18:00hrs. | "Adolorido Corazón" (Música Romántica) |
| 18:00 a | 19:00hrs. | "Fiesta Mexicana" (Grupera, Ranchera, etc.) |
| 19:00 a | 20:00hrs. | "Novios toda la Vida" (Tríos). |

Tarifas autorizadas a partir del 1o. de octubre de 1999.

XETEK A JUCHITAN

| TIEMPO SEGUNDOS | PRECIO ACTUAL | | |
|-----------------|-----------------|-------------|-------------|
| | Más de 10 meses | 1 a 3 meses | 1 a 28 días |
| 10 | 6.5 | 7.5 | 8.5 |
| 20 | 13 | 15 | 17 |
| 30 | 19.5 | 22.5 | 25.5 |
| 40 | 26 | 30 | 34 |
| 50 | 32.5 | 37 | 42.5 |

| 60 | 39 | 45 | 51 |
|------------|------------------------------------|-------------|----|
| 15 minutos | Programa especial en cabina | \$ 750.00 | |
| 30 minutos | Programa especial en cabina | \$ 1,000.00 | |
| 60 minutos | Control remoto o programa especial | \$1,300.00 | |

Horario:

AAA 8 a 15 hrs.

AA 7 a 8 hrs y 15 a 19 hrs.

A 6 a 7 hrs. y 19 a 22 hrs.

Bonificaciones: Spots diarios pagados y Contratados 25%

50%

Contratos pagados mensualmente por anticipado, la bonificación será del 50% de spots contratados.

Pagos 50% de enganche 50% a la mitad del contrato, tiene la bonificación del 25% de los spots contratados.

Contratos a crédito no tiene spots de bonificación.

Contratos eventuales menores a 28 días se pagan por anticipado y no tiene bonificación.

A) En contratación anual y pago mensual anticipado 100% de bonificación en spots (10 mínimos).

B) En contratación mensual pago anticipado 50% de bonificación en spots (5 mínimos).

XEAH
RADIO HIT

Antecedentes: Surge el 30 de agosto de 1968, siempre ha permanecido en Juchitán, Oax. El único cambio que ha tenido es la ubicación de 300 metros. Anteriormente transmitía por el 1330 KHz con 1000 watts de potencia, cuyo horario de transmisión era de 5:30 a 00:30 hrs.

Corporación Radiofónica Oaxaqueña.

Frecuencia Actual: 1180 AM

Gerente: Humberto López Lena Cruz (Hijo)

Contenido: Programación variada. Música en español, hits o éxitos del momento.

Ubicación: Carretera Panamericana Cristóbal Colón Km 819.5 (ap.60) 70030 Juchitán, Oax.

Transmisor: Ubicado en las mismas instalaciones.

Teléfonos: (971) 112-33, 110-18 y 1 - 12 - 33

Horario de Transmisión: 6:00 am a 21:00 pm

Potencia autorizada: 500 watts

Situación Legal: Concesión

Cobertura: Istmo de Tehuantepec. Hacia el norte se abarca hasta Tlacotepec, Matías Romero y Zanatepec. Al sur Santa María Xadani, Comitancillo.

Perfil: Programación variada

Objetivos de la Estación: Informar y entretener al público radioescucha. proyectos de grupos, la venta de la región, hacer crecer económicamente el aspecto publicitario e impulsar el micro y mediano empresario de la región.

Barra de Noticias: Noticieros Contacto Directo, información estatal, nacional e internacional en 3 horarios:

| | | |
|-------|---|-----------|
| 8:00 | a | 9:00hrs. |
| 14:00 | a | 15:00hrs. |
| 18:00 | a | 19:00hrs. |

PROGRAMACION.

Cada cuatro meses hay variaciones a la programación. En un principio fue contenido regional, después música variada, lo que se conoce como éxitos o hits del momento, sólo música moderna en español, la cual se mantiene en la actualidad. Cabe señalar que el balance programático varía de acuerdo al criterio del programador.

De esta manera, se cuenta con el noticiario transmitido de 8:00 a 9:00 hrs., de 14:00 a 15:00 y de 18:00 a 19:00 hrs. De modo que de 6:00 a 22:00 hrs. (tiempo de transmisión al día) se cuenta con 3 horas de noticias y bloques de 3 minutos cada hora, los cuales son producidos en la ciudad de Oaxaca en la oficina central (Jalisco 108, San Felipe del Agua, Oax. Tel. 3-27-77, 3-00-88).

A continuación se presenta la programación de esta emisora de lunes a domingo.

| Programación de la Radiodifusora | XEAH | RADIO HIT |
|---|---------------------------------|--|
| 6:00 a 8:00 hrs. | Los Hits de Radio Hit | Música pop en español |
| 8:00 a 9:00 hrs. | "Contacto Directo" | Noticiario Vía Satélite |
| 9:00 a 10:00 hrs. | "Complacencias 11-80" | Petición del público |
| 10:00 a 11:00 hrs. | "Música, mujeres y algo más". | Programa satelital, música, horóscopos, etc. |
| 11:00 a 12:00 hrs. | "La Chismeada" | Música de los 70, grupos en español, e inglés, chistes, chismes. |
| 12:00 a 13:00 hrs. | "La Hora del Taco...nazo" | Música norteña, vía satélite |
| 13:00 a 14:00 hrs. | "Merengue, salsa y sabor" | Salsa, merengue, vía satélite |
| 14:00 a 15:00 hrs. | "Encuentro de Contacto Directo" | Noticiario, vía satélite |
| 15:00 a 16:00 hrs. | "Tropi-Hit" | Música tropical |

| | | |
|--------------------|-----------------------|--|
| 16:00 a 17:00 hrs. | "Juventud Enamorada" | Música de los 70 y 80 español, vía satélite. |
| 17:00 a 18:00 hrs. | "Hit Satelital" | Música pop en español, vía satélite. |
| 18:00 a 19:00 hrs. | "Contacto Directo" | Noticiero, vía satélite |
| 19:00 a 20:00 hrs. | "Foro Juvenil" | Participación con invitados |
| 20:00 a 21:00 hrs. | "Complacencias 11-80" | Petición del público |

TARIFAS PUBLICITARIAS.

Las tarifas se manejan de acuerdo a la programación. Se realizan cortes de 5 minutos, puede constar de 5 spots, con la hora, gingle, etc. Se manejan los costos autorizados por la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT).

XEAH

JUCHITAN

| TIEMPO SEGUNDOS | PRECIO ACTUAL | | |
|--------------------|-----------------|-------------|-------------|
| | Más de 10 meses | 1 a 3 meses | 1 a 28 días |
| 10 | 5 | 6.5 | 7.5 |
| 20 | 10 | 13 | 15 |
| 30 | 15 | 19.5 | 22.5 |
| 40 | 20 | 26 | 30 |
| 50 | 25 | 32.5 | 37.5 |
| 60 | 30 | 39 | 45 |

| | | |
|------------|---------------------------------------|----------|
| 15 minutos | Programa especial | \$500.00 |
| 30 minutos | Programa especial | 750.00 |
| 60 minutos | Control remoto o programa especial | 1,000.00 |

Horario:

AAA 8 a 15 hrs

AA 7 a 8 hrs. y 15 a 19 hrs.

A 6 a 7 hrs. y 19 a 22 hrs.

Bonificaciones. Spots diarios pagados y Contratados 25%

50%

Contratos pagados mensualmente por anticipado, la bonificación será del 50% de spots contratados.

Pagos 50% de enganche 50% a la mitad del contrato, tiene la bonificación del 25% de los spots contratados.

Contratos a crédito no tiene spots de bonificación.

Contratos eventuales menores a 28 días se pagan por anticipado y no tiene bonificación.

A) En contratación anual y pago mensual anticipado 100% de bonificación en spots (10 mínimos).

B) En contratación mensual pago anticipado 50% de bonificación en spots (5 mínimos).

SERVICIOS.

La estación se respalda en el tiempo dirigido a servicios, en el que le otorga la legislación de Radio y Televisión, el cual consiste en ceder 12.5% del tiempo de la empresa al gobierno Federal. De este modo se transmiten promociones (diarias), periodo vacacional, jornada de vacunación, campaña contra la delincuencia, contra las drogas, campaña de reforestación, precaución de incendios, así como aquellas que promuevan un beneficio para la comunidad, como también la ayuda a personas desaparecidas y la donación de sangre.

AUDIENCIA.

Está es favorable, donde se mantiene una comunicación con ellos, mediante sondeos para medir el rating y para saber la opinión del auditorio hacia la estación.

PROBLEMAS.

El principal problema que ha tenido está emisora junto con la XECA- RADIO TEKA (por localizarse en el mismo lugar) es el enfrentamiento con partidos políticos. La causa, en el noticiario se le señalan "sus verdades", las cuales no las aceptan, señala el gerente administrativo de la estación.

Y añade, los ataques fueron bloqueos y tomas de las instalaciones, por parte del Ayuntamiento, aún sabiendo que es un delito federal. El último bloqueo fue realizado en 1998, sin medir consecuencias como el tener estática o paralizada una antena con 500 watts de potencia y con una amplia salida en kilo-watts

XEYG
"RADIO SEIS 60"

Corporación Radiofónica Oaxaqueña.

Frecuencia: 660 KHz

Potencia: 1000 watts

Gerente: Humberto López Lena

Horario: de 6:00 a 19:00 hrs.

Contenido: Música variada en español

Ubicación: Hombres Ilustres y Reforma (ap. 66) 70300 Matías Romero, Oax.

Teléfonos: (972) 203-69 y 202-66

Situación Legal: Concesión

Cobertura: Istmo de Tehuantepec

ANTECEDENTES.

Surge el 2 de mayo de 1971. En 1977 cambia de dueño a Humberto López Lena, manteniendo las mismas siglas (XEYG) y la misma frecuencia (660).

PLANES A FUTURO.

Cambio total de la emisora, en el edificio, oficinas, cabina de transmisión y grabación, proyectos arquitectónicos. Se plantea entrar con equipo de tecnología de punta, estar a la vanguardia, ya que se cuenta con equipo un tanto obsoleto. Se pretende introducir la tecnología digital, para tener mayor presencia y audiencia, ya que constantemente, la señal es interferida por otras emisoras en Matías Romero. Por tanto se pretende corregir estos defectos y alcanzar mayor fuerza para el nuevo milenio.

OBJETIVO SOCIAL.

Se brinda servicio social al auditorio. La presencia se hace con eventos culturales, patrocinio de eventos deportivos, con transmisiones a control remoto desde el lugar de los hechos.

El poblado, Matías Romero, ha sido sede de distintos eventos importantes nacionales como la pre-olimpiada nacional (febrero-marzo 99).

Se pretende dar más presencia a la radio, pues en anteriores años estuvo restringido, ahora hay mayor libertad dentro del objetivo de tener mayor presencia en todos los ámbitos.

COBERTURA.

Abarca desde Salina Cruz hasta Acayucan, Veracruz; de costa a costa, la sierra de los chimalapas, Mixe, el Istmo de Tehuantepec. Su potencia es de 500 watts.

PROGRAMACION: 70% Local- Musical
30% Vía Satélite

El contenido programático es variado, de manera que los géneros musicales manejados son balada juvenil, ranchero, música en español moderna, tropical, etc. A su vez se transmiten los noticiarios, por interés social (señalados anteriormente en CORO), se promueve el servicio social y los eventos deportivos y comerciales.

TARIFA PUBLICITARIA

| | |
|-----|----------|
| 20" | \$13.20 |
| 30" | \$19.80 |
| 40" | \$ 26.40 |

Programas especiales en cabina de:

| | |
|-----|--------|
| 15' | \$500 |
| 30' | \$ 750 |
| 60' | \$1000 |

También se cuenta con programas especiales o control remoto en la ciudad de Matías Romero.

Lo anterior más el incremento del 15% de IVA.

AUDIENCIA.

Es respetable, se mantiene una comunicación constante con ésta, en la realización de eventos, la gente participa en eventos sociales, culturales, así también por medio de la vía telefónica, al aire, etc. En ocasiones se pide que los programas se alarguen, que haya producción de otros; sin embargo todos esos cambios se hacen dentro de una base establecida, una estructura de esto para poder utilizarla, la cual es el reglamento de la corporación Radiofónica Oaxaqueña.

PROBLEMAS.

El principal problema al que se enfrenta está emisora es la falta de capacitación a locutores, pues sólo cuenta con cuatro locutores (3 de planta y 1 que cubre descansos). A su vez se necesita nuevo equipo para poder transmitir sin interferencia de otras señales y por último, la ubicación de la cabina se encuentra apartada de las oficinas y lejos del centro del poblado.

PERSPECTIVAS.

Cambio total de la emisora, en el edificio, oficinas, cabina de transmisión y grabación, proyectos arquitectónicos. Se plantea entrar con equipo de tecnología de punta, estar a la vanguardia, ya que se cuenta con equipo un tanto obsoleto. Se pretende introducir la tecnología digital, para tener mayor presencia y audiencia, ya que constantemente, la señal es interferida por otras emisoras en Matías Romero. Por tanto se pretende corregir estos defectos y alcanzar mayor fuerza para el nuevo milenio.

Ampliar la cobertura en un futuro, lo cual es visto y analizado por el dueño de la empresa. Contar con mayor presencia en todo el Istmo de Tehuantepec, mayor audiencia. Estar a la vanguardia como objetivo principal.

XEKZ
TEHUANTEPEC

Frecuencia: 610 KHZ

Potencia: 1000 watts

Representante: Organización Radiofónica de México, SA

Presidente Director General: Jaime Fernández Armendáriz

Transmisión: de 5:00 a 23:00 hrs.

Ubicación: Carretera Transísmica, km 22, (ap 21) 70760 Tehuantepec, Oax.

tel. (971) 500-81

Situación Legal: Concesión

Cobertura: Istmo de Tehuantepec

XEHL- XHLL
SALINA CRUZ

Frecuencia: 550 KHz

Potencia: 1000 watts

Gerente: Humberto López Lena (Hijo)

Transmisión: de 6:00 a 23:00 hrs.

Ubicación: Manuel Ávila Camacho No. 514 Altos 70600 Salina Cruz, Oax.

Teléfonos: y Fax (971) 41 084

Situación Legal: Concesión

Cobertura: Istmo de Tehuantepec

XHSCO
ESTÉREO ISTMO
LA VOZ DEL SUR

Ubicación: Progreso no. 15, 2do. piso Centro. 70600 en Salina Cruz, Oaxaca

Teléfono: (91 971) 403-87 y 407-63

Ubicación del transmisor: Zona de tanques PEMEX, Salina Cruz Oaxaca.

Gerente: Lic. Enrique Rojas Zamora

Frecuencia: 96.3 MHz

Horas de transmisión: 18 hrs diarias

Potencia autorizada y operativa: 3,500 watts (transmisor)/10,424 watts (radiada)

Situación legal: Permisiónaria

Cobertura: 3,351 Km2 día/ 5,452Km2 noche

Audiencia potencial: 244,091 personas día / 275,855 personas noche

Perfil: 74.123% música; 25.87% no musical

Sistema Nacional de Noticieros:

Lunes a viernes 07:00 a 09:00; 13:00 a 14:00; 19:00 a 20:30 hrs.

Sábado: 8:00 a 10:00; 14:00 a 14:30 hrs.

Domingo: 8:00 a 8:30, 14:00 a 14:30 hrs.

ANTECEDENTES.

En 1985 XHGAS-FM "Estéreo Istmo"- La voz de la costa", propiedad de PEMEX, inicia transmisiones de 8:00 a 18:00 hrs. Debido a la deficiencia en la infraestructura radiofónica y al limitado tiempo al aire de la emisora, la Secretaría de comunicaciones y Transportes (SCT) resuelve cerrarla.

A fin de que no se perdiera la concesión, Petróleos Mexicanos cedió los derechos por convenio de colaboración al Imer. Así el 7 de Diciembre de 1987, la nueva XHSCO-FM "Estéreo Istmo, La Voz del Sur", pasa a formar parte del Grupo Imer.

TARIFAS.

Las tarifas autorizadas a partir del 17 de noviembre de 1995.

| | |
|-----|----------|
| 10" | \$ 3.00 |
| 20" | \$ 7.00 |
| 30" | \$ 10.00 |
| 60" | \$20.00 |

Dichas tarifas no incluyen IVA, el cual
el 15% de incremento.

BALANCE PROGRAMATICO

| | |
|--------------------|--------|
| Musical | 74.13% |
| Informativos | 20.63% |
| Difusión cultural* | 3.25% |
| Deportivos | 1.59% |
| Servicio | 0.40% |

* Incluye la transmisión de 18 minutos diarios de cápsulas culturales a cargo de Ricardo Garibay, Federico Ortiz Quezada, René Avilés Fabila, José Luis Cuevas y Martha Robles.

COBERTURA.

Área de cobertura en km2: 3,351 día/5,542 noche

Audiencia potencial: 244,091 día/275, 855 noche

| <i>MUNICIPIO</i> | Población mayor de 15 años 98/día | Población mayor de 15 años 98/noche |
|-------------------------|--------------------------------------|--|
| Oaxaca: | | |
| Asunción Ixtaltepec | 11.306 | 11.306 |
| El Barrio de la Soledad | | 9.526 |
| Ciudad Ixtepec | 15.702 | 15.702 |
| El Espinal | 5.787 | 5.787 |
| Juchitán de Zaragoza | 55.522 | 55.522 |

| | | |
|--------------------------------|--------|--------|
| Magdalena Tlacotepec | 890 | 890 |
| Reforma Pineda | 1.866 | 1 866 |
| Salina Cruz | 55.606 | 55 606 |
| San Blas Atempa | 10.553 | 10.553 |
| San Dionisio del Mar | 3.246 | 3.246 |
| San Francisco del Mar. | 3.545 | 3.545 |
| San Francisco Ixhuatán | | 6.807 |
| San Mateo del Mar | 6.953 | 6.953 |
| San Miguel Chimalapa | 4.495 | 4.495 |
| San Pedro Comitancillo | 2.827 | 2.827 |
| San Pedro Huilotepec | 1.750 | 1.750 |
| Santa María Chimalapa | | 5.174 |
| Santa María Guienagati | | 2.049 |
| Santa María Jalapa del Marqués | | 8.207 |
| Santa María Mixtequilla | 2.768 | 2.768 |
| Santa María Xadani | 4.270 | 4.270 |
| Santiago La Ollaga | 2.107 | 2.107 |
| Santiago Miltepec | 311 | 311 |
| Santo Domingo Ingenio | 5.914 | 5.914 |
| Santo Domingo Chihuitán | 1.050 | 1.050 |
| Santo Domingo Tehuantepec | 38.167 | 38.167 |
| Unión Hidalgo | 9.436 | 9.436 |

OBJETIVO DE LA ESTACION.

Preservar y difundir los valores y tradiciones regionales, llevando información y entretenimiento a los lugares más aislados.

A fin de contribuir a extender los servicios sociales promueve el contacto directo entre el auditorio y los organismos públicos y privados.

4.3 ENCUESTA EN JUCHITAN, OAXACA.

En el presente capítulo se exponen los resultados obtenidos a partir de la encuesta diseñada con base en las cifras proporcionadas por el INEGI en el Censo Anual de Población 1995 (más reciente). La encuesta se aplicó en el municipio de Juchitán, Oaxaca (campo de estudio) contemplando a 81 personas, divididas en grupos de edad: 27 jóvenes, 27 adultos, 27 ancianos.

A continuación se presentan los cuadros pertenecientes a dicha encuesta.

**CUADRO 1
OCUPACION**

| | | |
|-----------------------|-----------|-------------|
| Estudian | 8 | 9.8% |
| Trabaja | 51 | 62.9% |
| Trabaja y Ama de casa | 9 | 11.11% |
| Ama de casa | 8 | 9.8% |
| Estudia y Trabaja | 5 | 6.1% |
| TOTAL | 81 | 100% |

FUENTE. Muestra elaborada y aplicada por la autora en el municipio de Juchitán, Oaxaca, a partir del censo Anual 1995, INEGI.

*JOVENES SE CONSIDERAN DE 12 A 30 AÑOS, ADULTOS DE 31 A 60, ANCIANOS DE 60 EN ADELANTE

**CUADRO 2
OCUPACION POR GRUPOS DE EDAD**

| | JÓVENES* | | ADULTOS* | | ANCIANOS* | |
|-----------------------|-----------|-------------|-----------|-------------|-----------|-------------|
| Estudian | 8 | 29.6% | 0 | 0% | 0 | 0% |
| Trabaja | 13 | 48.1% | 18 | 66% | 20 | 74% |
| Trabaja y Ama de casa | 0 | 0% | 6 | 22.2% | 3 | 11.1% |
| Ama de casa | 3 | 11.1% | 1 | 3.7% | 4 | 14.8% |
| Estudia y Trabaja | 3 | 11.1% | 2 | 7.4% | 0 | 0% |
| TOTAL | 27 | 100% | 27 | 100% | 27 | 100% |

FUENTE: Muestra elaborada y aplicada por la autora en el municipio de Juchitán, Oaxaca, a partir del censo Anual 1995, INEGI.

*JOVENES SE CONSIDERAN DE 12 A 30 AÑOS, ADULTOS DE 31 A 60, ANCIANOS DE 60 EN ADELANTE

CUADRO 3
POBLACION ECONOMICAMENTE ACTIVA

| | | |
|--------------|----|--------|
| Si | 63 | 77.77% |
| No | 18 | 22.22% |
| TOTAL | 81 | 100% |

FUENTE: Muestra elaborada y aplicada por la autora en el municipio de Juchitán, Oaxaca, a partir del conteo Anual 1995, INEGI.

*JOVENES SE CONSIDERAN DE 12 A 30 AÑOS, ADULTOS DE 31 A 60, ANCIANOS DE 60 EN ADELANTE

CUADRO 4
POBLACION ECONOMICAMENTE ACTIVA
POR GRUPOS DE EDAD

| | JOVENES* | | ADULTOS* | | ANCIANOS* | |
|--------------|----------|--------|----------|-------|-----------|--------|
| Si | 15 | 55.55% | 26 | 96.2% | 22 | 81.48% |
| No | 12 | 44.45% | 1 | 3.7% | 5 | 18.52% |
| TOTAL | 27 | 100% | 27 | 100% | 27 | 100% |

FUENTE. Muestra elaborada y aplicada por la autora en el municipio de Juchitán, Oaxaca, a partir del conteo Anual 1995, INEGI.

*JOVENES SE CONSIDERAN DE 12 A 30 AÑOS, ADULTOS DE 31 A 60, ANCIANOS DE 60 EN ADELANTE

En los cuadros anteriores se observa que más de la mitad de la población encuestada se dedica al trabajo (62.9%), cuyo contraste se da con la ocupación en el estudio donde sólo es el 9.8% de la muestra total. Por otro lado, al dividirlo por grupos de edad, tenemos que el 48.1% de los jóvenes trabajan y sólo el 29.6% estudia, un 66% trabaja en el sector adulto y 0% se dedican al estudio, sin embargo el 7.4% alternan el estudio y el trabajo. En lo referente a los ancianos el 74% se dedica al trabajo, resaltando que es el grupo de edad con mayor porcentaje en este rubro, le siguen las personas que se dedican al hogar con un 14.8%.

Respecto a la Población Económicamente Activa ésta representa el 77.77% (cuadro 3) del total de la muestra, contra un 22.23%. Al analizarlo por grupos de edad (cuadro 4) se observa que en los jóvenes no existe una diferencia notable, en comparación con los adultos y ancianos, de los cuales los primeros, el 96.2% se dedica al trabajo; los segundos representan el 81.48%.

Tiene un significado importante el que exista un 77.7% de población económicamente activa, lo cual significa que más de la mitad ejerce alguna actividad productiva. A continuación se expone el cuadro 5 que contempla, precisamente, el tipo de trabajo prevaleciente.

CUADRO 5
POBLACION ECONOMICAMENTE ACTIVA Y
TIPO DE TRABAJO

| | | |
|--------------------|----|--------|
| Obrero | 7 | 11.11% |
| Campesino | 7 | 11.11% |
| Profesor | 5 | 7.94% |
| Comerciante | 20 | 31.75% |
| Empleado | 19 | 30.16% |
| Otro | 5 | 7.94% |
| TOTAL | 63 | 100% |

FUENTE: Muestra elaborada y aplicada por la autora en el municipio de Juchitán, Oaxaca, a partir del censo Anual 1995, INEGI

*JOVENES SE CONSIDERAN DE 12 A 30 AÑOS, ADULTOS DE 31 A 60, ANCIANOS DE 60 EN ADELANTE

Del total de la gente que trabaja, la actividad que prevalece en el municipio es el comercio, con 31.75%, adquiere importancia, ya que dicho trabajo participa dentro de las necesidades básicas del hombre, así como en el contexto municipal y regional. Como se explicó en capítulos anteriores, la región del Istmo de Tehuantepec, históricamente es una de las zonas comerciales más importantes de Oaxaca. De este modo, Tehuantepec, Salina Cruz y Juchitán constituyen una fuente esencial mercantil en el estado.

CUADRO 6
TIPO DE TRABAJO POR GRUPOS DE EDAD

| | JOVENES | | ADULTOS | | ANCIANOS | |
|--------------------|---------|--------|---------|-------|----------|--------|
| Obrero | 0 | 0% | 5 | 18.5% | 2 | 7.41% |
| Campesino | 1 | 3.70% | 2 | 7.4% | 4 | 14.81% |
| Profesor | 1 | 3.70% | 2 | 7.4% | 2 | 7.41% |
| Comerciante | 3 | 11.11% | 8 | 29.6% | 9 | 33.33% |
| Empleado | 8 | 29.63% | 6 | 22.2% | 5 | 18.52% |
| Otro | 2 | 7.41% | 3 | 11.1% | 0 | 0% |
| TOTAL | 15 | 55.55% | 26 | 96.2% | 22 | 81.48% |

FUENTE: Muestra elaborada y aplicada por la autora en el municipio de Juchitán, Oaxaca, a partir del censo Anual 1995, INEGI.

*JOVENES SE CONSIDERAN DE 12 A 30 AÑOS, ADULTOS DE 31 A 60, ANCIANOS DE 60 EN ADELANTE

En el cuadro anterior se observa, que dentro del sector jóvenes el 29.63% son empleados y comerciantes el 11.11%. En cuanto a los adultos y ancianos el comercio representa el 29.6% y 33.33%, respectivamente. Señalando que en el grupo de adultos es un número mayor, respecto a los jóvenes, lo cual significa que dicha actividad tuvo más arraigo en la población con mayor edad. Con esto se comprueba al comercio como la actividad más importante en el municipio juchiteco.

CUADRO 7
MILITANCIA POLITICA

| | | |
|--------------|-----------|--------------|
| SI | 27 | 33.3% |
| NO | 54 | 66.6% |
| TOTAL | 81 | 100% |
| Si | | 33.3% |
| PRI | 14 | 17.2% |
| PAN | 0 | 0% |
| PRD | 12 | 14.8% |
| Otro | 1 | 1.2% |

FUENTE: Muestra elaborada y aplicada por la autora en el municipio de Juchitán, Oaxaca, a partir del censo Anual 1995, INEGI.

*JOVENES SE CONSIDERAN DE 12 A 30 AÑOS, ADULTOS DE 31 A 60, ANCIANOS DE 60 EN ADELANTE

Un aspecto importante dentro de la muestra es analizar la militancia política de la gente. Es por eso que el cuadro anterior representa las características generales en este rubro, donde se observa que más de la mitad (66.6%) no está afiliado a ningún partido político y sólo el 33.34% milita. Esto cobra importancia, debido a que el municipio, en tiempos electorales, se da una amplia participación de la comunidad.

Sin embargo, dentro de estos porcentajes, obtiene ventaja el Partido Revolucionario Institucional (PRI) con un 17.2% seguido del Partido de la Revolución Democrática (PRD) con un 14.8%. Existe una mínima diferencia entre éstos. Cabe recordar que, actualmente, el gobierno municipal es representado por el perredismo. De esta manera, se observa que las dos fuerzas políticas en Juchitán, son el PRI y el PRD, dejando de lado al Partido Acción Nacional (PAN) quien no tiene militantes dentro de la población encuestada.

CUADRO 8
MILITANCIA POLITICA POR GRUPOS DE EDAD

| | JOVENES | | ADULTOS | | ANCIANOS | |
|--------------|---------|--------|---------|-------|----------|--------|
| Si | 5 | 18.5% | 11 | 40.7% | 11 | 40.7% |
| PRI | 1 | 3.7% | 5 | 18.5% | 8 | 29.6% |
| PAN | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% |
| PRD | 3 | 11.10% | 6 | 22.2% | 3 | 11.1% |
| Otro | 1 | 3.7% | 0 | 0% | 0 | 0% |
| No | 22 | 81.4% | 16 | 59.2% | 16 | 59.2% |
| TOTAL | 27 | 100% | 27 | 100% | 22 | 81.48% |

FUENTE: Muestra elaborada y aplicada por la autora en el municipio de Juchitán, Oaxaca, a partir del conteo Anual 1995, INEGI.

*JOVENES SE CONSIDERAN DE 12 A 30 AÑOS, ADULTOS DE 31 A 60, ANCIANOS DE 60 EN ADELANTE

En el rubro de jóvenes el 81.4% no milita en algún partido, dicha cifra puede deberse al cambio generacional, donde los adultos y ancianos están más arraigados en la participación política dentro de su comunidad. El sector joven, muestra indiferencia hacia los partidos políticos, esto debido a la influencia ideológica y de valores, constituidos en estereotipos a seguir (música, vestimenta, comportamiento, etc.) provenientes de la Ciudad de México y otros países (Estados Unidos).

En cuanto adultos y ancianos, el porcentaje es de 59.2%, es decir, más de la mitad de estos grupos de edad no milita, colabora o participa en alguna fuerza política. Sin embargo, hay que mencionar que dentro del sector militante existe un sube y baja generacional hacia el apoyo de los dos principales partidos -PRI y PRD- Se observa que en el sector de ancianos existe un apoyo hacia el PRI con 29.6% . En cuanto a los adultos y jóvenes se da un vuelco, pues la participación favorece al PRD con 22.2% y 11.10%, respectivamente, es decir, conforme avanzan las generaciones se da una tendencia favorable hacia el partido del sol azteca.

**CUADRO 9
EXPOSICION A LA RADIO**

| | | |
|--------------|----|------|
| Si | 81 | 100% |
| No | 0 | 0% |
| TOTAL | 81 | 100% |

FUENTE: Muestra elaborada y aplicada por la autora en el municipio de Juchitán, Oaxaca, a partir del conteo Anual 1995, INEGI.

*JOVENES SE CONSIDERAN DE 12 A 30 AÑOS, ADULTOS DE 31 A 60, ANCIANOS DE 60 EN ADELANTE

**CUADRO 10
EXPOSICION A LA RADIO POR GRUPOS DE EDAD**

| | JOVENES | | ADULTOS | | ANCIANOS | |
|--------------|---------|------|---------|------|----------|------|
| Si | 27 | 100% | 27 | 100% | 27 | 100% |
| No | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% |
| TOTAL | 27 | 100% | 27 | 100% | 27 | 100% |

FUENTE: Muestra elaborada y aplicada por la autora en el municipio de Juchitán, Oaxaca, a partir del conteo Anual 1995, INEGI

*JOVENES SE CONSIDERAN DE 12 A 30 AÑOS, ADULTOS DE 31 A 60, ANCIANOS DE 60 EN ADELANTE

Los dos cuadros anteriores señalan la exposición que se tiene a la radio, la cual es del 100% de la muestra. Por lo tanto adquiere una significación el que la totalidad de la población encuestada escucha la radio como medio de comunicación, información o entretenimiento.

CUADRO 11
NUMERO DE APARATOS DE RADIO POR HOGAR

| Aparato | Personas | Porcentaje |
|---------|----------|------------|
| 1 | 40 | 49.3% |
| 2 | 24 | 29.6% |
| 3 | 13 | 16% |
| 4 | 1 | 1.2% |
| 5 | 1 | 1.2% |
| 6 | 1 | 1.2% |

FUENTE: Muestra elaborada y aplicada por la autora en el municipio de Juchitán, Oaxaca, a partir del conteo Anual 1995, INEGI.

*JOVENES SE CONSIDERAN DE 12 A 30 AÑOS, ADULTOS DE 31 A 60, ANCIANOS DE 60 EN ADELANTE

CUADRO 12
NUMERO DE APARATOS DE RADIO POR GRUPOS DE EDAD

| APARATOS | JOVENES | | ADULTOS | | ANCIANOS | |
|--------------|-----------|-------------|-----------|-------------|-----------|-------------|
| | Número | Porcentaje | Número | Porcentaje | Número | Porcentaje |
| 1 | 10 | 37% | 10 | 37% | 20 | 74% |
| 2 | 12 | 44.4% | 9 | 33.3% | 4 | 14.81% |
| 3 | 4 | 14.8% | 6 | 22.2% | 3 | 11.11% |
| 4 | 1 | 3.7% | 0 | 0% | 0 | 0% |
| 5 | 0 | 0% | 1 | 3.7% | 0 | 0% |
| 6 | 0 | 0% | 1 | 3.7% | 0 | 0% |
| TOTAL | 27 | 100% | 27 | 100% | 27 | 100% |

FUENTE: Muestra elaborada y aplicada por la autora en el municipio de Juchitán, Oaxaca, a partir del conteo Anual 1995, INEGI.

*JOVENES SE CONSIDERAN DE 12 A 30 AÑOS, ADULTOS DE 31 A 60, ANCIANOS DE 60 EN ADELANTE

El número de aparatos que prevalece en la totalidad de la muestra es uno por hogar representando menos de la mitad con 49.3%, dividido por segmentos de edad en los jóvenes prevalecen 2 aparatos por hogar con 44.4%, adultos y ancianos un aparato cuya representación porcentual es del 37% y 74% respectivamente.

CUADRO 13
ACTIVIDADES AL ESCUCHAR LA RADIO

| | | |
|---------------------------|----|-------|
| Mientras Trabaja | 20 | 24.6% |
| Quehaceres | 25 | 30.8% |
| Nada, solo escucha | 38 | 46.9% |
| Transporte | 4 | 4.9% |
| Otro | 5 | 6.1% |

FUENTE: Muestra elaborada y aplicada por la autora en el municipio de Juchitán, Oaxaca, a partir del conteo Anual 1995, INEGI

*JOVENES SE CONSIDERAN DE 12 A 30 AÑOS, ADULTOS DE 31 A 60, ANCIANOS DE 60 EN ADELANTE

CUADRO 14
ACTIVIDADES AL ESCUCHAR LA RADIO
POR GRUPOS DE EDAD

| | JOVENES | | ADULTOS | | ANCIANOS | |
|---------------------------|---------|--------|---------|-------|----------|-------|
| Mientras Trabaja | 8 | 29.6% | 6 | 22.2% | 6 | 22.2% |
| Quehaceres | 9 | 33.3% | 12 | 44.4% | 4 | 14.8% |
| Nada, solo escucha | 11 | 40.7% | 9 | 33.3% | 18 | 66.6% |
| Transporte | 3 | 11.11% | 1 | 3.7% | 0 | 0% |
| Otro | 3 | 11.11% | 2 | 7.4% | 0 | 0% |

FUENTE: Muestra elaborada y aplicada por la autora en el municipio de Juchitán, Oaxaca, a partir del conteo Anual 1995, INEGI

*JOVENES SE CONSIDERAN DE 12 A 30 AÑOS, ADULTOS DE 31 A 60, ANCIANOS DE 60 EN ADELANTE

Partiendo de los cuadros anteriores (13 y 14), se contemplan las actividades que se realizan mientras se sintoniza la radio, donde destaca es sólo escucharla con un 46.9%. Lo que se desprende que la mayoría de la población escucha la radio mientras descansa, por lo que tiene una mayor comprensión o capacidad de escucha hacia el medio, mayor retención. Cabe señalar que los jóvenes y ancianos corroboran este dato (40.7% y 66.6%, respectivamente), sin embargo, los adultos se dedican a los quehaceres cuando escuchan la radio (44.4%), pues recordemos que este es un medio unisensorial, es decir, sólo se necesita del oído para ponerle atención, permitiendo con esto realizar otras actividades al mismo tiempo.

CUADRO 15
HORARIO DE ESCUCHA DE LA RADIO

| | | |
|--------------------|----|--------|
| 6-9 hrs. | 33 | 40.7% |
| 10-13 hrs. | 16 | 19.7% |
| 14-16 hrs. | 7 | 8.6% |
| 17-19 hrs. | 24 | 29.6% |
| 20-23 hrs. | 9 | 11.11% |
| Todo el día | 7 | 8.6% |
| Cualquiera | 2 | 2.4% |

FUENTE: Muestra elaborada y aplicada por la autora en el municipio de Juchitán, Oaxaca, a partir del conteo Anual 1995, INEGI.

*JOVENES SE CONSIDERAN DE 12 A 30 AÑOS, ADULTOS DE 31 A 60, ANCIANOS DE 60 EN ADELANTE

En cuanto a los horarios de preferencia, destacan las horas de 6 a 9 de la mañana con un 40.7% , seguido de 17 a 19 con un 29.6%, es decir, las personas escuchan la radio en las primeras horas del día, porque se alistan para iniciar sus actividades cotidianas (trabajo, estudio, etc.). Sin embargo, es importante mencionar que en la comunidad juchiteca, el día comienza desde muy temprano, antes del amanecer, pero no sólo en este municipio, sino en los poblados cercanos.

En cuanto al horario de 17 a 19 horas se intuye que es el tiempo en que la comunidad comienza su descanso, recordemos también que en provincia se tiene un ritmo de vida más tranquilo que en otras ciudades del país, por tanto el día cierra sus actividades aproximadamente a las 20 o 21 horas, cuando las actividades han terminado.

CUADRO 16
HORARIO DE ESCUCHA DE LA RADIO
POR GRUPOS DE EDAD

| | JOVENES | | ADULTOS | | ANCIANOS | |
|--------------------|---------|--------|---------|--------|----------|-------|
| 6-9 hrs. | 9 | 33.3% | 15 | 55.5% | 9 | 33.3% |
| 10-13 hrs. | 5 | 18.5% | 5 | 18.5% | 6 | 22.2% |
| 14-16 hrs. | 3 | 11.11% | 3 | 11.11% | 1 | 3.7% |
| 17-19 hrs. | 9 | 33.3% | 3 | 11.11% | 12 | 44.4% |
| 20-23 hrs. | 2 | 7.4% | 2 | 7.4% | 5 | 18.5% |
| Todo el día | 2 | 7.4% | 4 | 14.8% | 1 | 3.7% |
| Cualquiera | 1 | 3.7% | 0 | 0% | 1 | 3.7% |

FUENTE: Muestra elaborada y aplicada por la autora en el municipio de Juchitán, Oaxaca, a partir del conteo Anual 1995, INEGI

*JOVENES SE CONSIDERAN DE 12 A 30 AÑOS, ADULTOS DE 31 A 60, ANCIANOS DE 60 EN ADELANTE

Cabe señalar que los adultos prefieren escuchar radio en las primeras horas del día (6-9), representando más de la mitad de la población encuestada para esta edad. En cuanto a los jóvenes mantienen un porcentaje igualitario en los horarios de 6 a 9 de la mañana y de 17 a 19 horas, trayendo como interpretación el que sean horas de inicio y cierre de actividades. Sin embargo, los ancianos tienen preferencia hacia el horario vespertino-nocturno, cuando comienza a caer la tarde y las actividades disminuyen.

CUADRO 17
HORAS DE EXPOSICION A LA RADIO

| | | |
|----------------------|----|-------|
| 1-2 hrs. | 47 | 58% |
| 3-5 hrs. | 20 | 24.6% |
| más de 6 hrs. | 12 | 14.8% |
| 30 min. | 2 | 2.4% |

FUENTE: Muestra elaborada y aplicada por la autora en el municipio de Juchitán, Oaxaca, a partir del conteo Anual 1995, INEGI.

*JOVENES SE CONSIDERAN DE 12 A 30 AÑOS, ADULTOS DE 31 A 60, ANCIANOS DE 60 EN ADELANTE

CUADRO 18
HORAS DE EXPOSICION A LA RADIO
POR GRUPOS DE EDAD

| | JOVENES | | ADULTOS | | ANCIANOS | |
|----------------------|---------|-------|---------|-------|----------|-------|
| 1-2 hrs. | 19 | 70.3% | 15 | 55.5% | 13 | 48.1% |
| 3-5 hrs. | 6 | 22.2% | 7 | 25.9% | 7 | 25.9% |
| más de 6 hrs. | 2 | 7.4% | 5 | 18.5% | 5 | 18.5% |
| 30 min. | 0 | 0% | 0 | 0% | 2 | 7.4% |

FUENTE: Muestra elaborada y aplicada por la autora en el municipio de Juchitán, Oaxaca, a partir del conteo Anual 1995, INEGI.

*JOVENES SE CONSIDERAN DE 12 A 30 AÑOS, ADULTOS DE 31 A 60, ANCIANOS DE 60 EN ADELANTE

CUADRO 19
FRECUENCIA DE ESCUCHA DE LA RADIO

| | | |
|-----------------------|----|-------|
| 6-7 días | 45 | 55.5% |
| 5 días o menos | 36 | 44.4% |

FUENTE: Muestra elaborada y aplicada por la autora en el municipio de Juchitán, Oaxaca, a partir del conteo Anual 1995, INEGI.

*JOVENES SE CONSIDERAN DE 12 A 30 AÑOS, ADULTOS DE 31 A 60, ANCIANOS DE 60 EN ADELANTE

CUADRO 20
FRECUENCIA DE ESCUCHA DE LA RADIO
POR GRUPOS DE EDAD

| | JOVENES | | ADULTOS | | ANCIANOS | |
|-----------------------|---------|-------|---------|-------|----------|-------|
| 6-7 días | 12 | 44.4% | 19 | 70.3% | 14 | 51.8% |
| 5 días o menos | 15 | 55.5% | 8 | 29.6% | 13 | 48.1% |

FUENTE: Muestra elaborada y aplicada por la autora en el municipio de Juchitán, Oaxaca, a partir del conteo Anual 1995, INEGI.

*JOVENES SE CONSIDERAN DE 12 A 30 AÑOS, ADULTOS DE 31 A 60, ANCIANOS DE 60 EN ADELANTE

Los cuadros anteriores representan el tiempo de exposición a la radio y la frecuencia de escucha a ésta. Los primeros (cuadro 17 y 18) se contempla que la mayoría de la población (58%) escucha el medio en promedio de una a dos horas. Al dividirse en grupos de edad se observa 70.3% de jóvenes, 55.5% de adultos y 48.1% de ancianos en este rubro.

Respecto a la frecuencia de escucha se contempla predilección (55.5%) de 6 a 7 días. Dividido por grupos de edad se observa que los jóvenes presentan un 55.5% en exposición de 5 días o menos, es decir, no siempre escuchan radio. Con esto se difiere del grupo de adultos y ancianos, quienes muestran la mayoría encuestada, favoreciendo la periodicidad de 6 a 7 días.

CUADRO 21
ESTACIONES MÁS ESCUCHADAS

| | | |
|----------------------|----|-------|
| Mar | 12 | 14.8% |
| Hit | 29 | 35.8% |
| Teka | 54 | 66.6% |
| KZ | 18 | 22.2% |
| Estéreo Mar | 5 | 6.1% |
| Estéreo Istmo | 4 | 4.9% |
| México | 4 | 4.9% |
| Otra | 12 | 14.8% |
| Ninguna | 1 | 1.2% |

FUENTE: Muestra elaborada y aplicada por la autora en el municipio de Juchitán, Oaxaca, a partir del conteo Anual 1995, INEGI

*JOVENES SE CONSIDERAN DE 12 A 30 AÑOS, ADULTOS DE 31 A 60, ANCIANOS DE 60 EN ADELANTE

CUADRO 22
ESTACIONES MÁS ESCUCHADAS
POR GRUPOS DE EDAD

| | JOVENES | | ADULTOS | | ANCIANOS | |
|----------------------|---------|--------|---------|--------|----------|--------|
| Mar | 9 | 33.3% | 3 | 11.11% | 0 | 0% |
| Hít | 10 | 37% | 9 | 33.3% | 10 | 37% |
| Teka | 14 | 51.8% | 18 | 66.6% | 22 | 81.4% |
| KZ | 3 | 11.11% | 8 | 29.6% | 7 | 25.9% |
| Estéreo Mar | 3 | 11.11% | 1 | 3.7% | 1 | 3.7% |
| Estéreo Istmo | 0 | 0% | 3 | 11.11% | 1 | 3.7% |
| México | 0 | 0% | 0 | 0% | 4 | 14.8% |
| Otra | 4 | 14.8% | 5 | 18.5% | 3 | 11.11% |
| Ninguna | 0 | 0% | 0 | 0% | 14 | 3.7% |

FUENTE: Muestra elaborada y aplicada por la autora en el municipio de Juchitán, Oaxaca, a partir del conteo Anual 1995, INEGI

*JOVENES SE CONSIDERAN DE 12 A 30 AÑOS, ADULTOS DE 31 A 60, ANCIANOS DE 60 EN ADELANTE

Para este tema se hicieron dos preguntas, la segunda de confirmación. Sin embargo, hay que señalar la preferencia de estaciones en la cual se observa una amplia ventaja de la estación Radio Teka, ubicada en el municipio juchiteco, perteneciente al grupo Corporación Radiofónica Oaxaqueña. Tanto en el cuadro general las cifras favorecen a dicha emisora, es decir el 66.6% de la muestra total escucha radio Teka, y en menor audiencia Estéreo Istmo, ubicada en Salina Cruz, Oaxaca, perteneciente al Instituto Mexicano de la Radio (Imer), con un 4.9% en total. Los jóvenes, adultos y ancianos tienen mayor preferencia por radio Teka con un 51.8%, 66.6% y 81.4%, respectivamente.

Cabe preguntarse ¿por qué la preferencia hacia Radio Teka?. La respuesta es fácil de deducir, ya que como se contempló anteriormente, dicha emisora tiene mayor acercamiento con los radioescuchas, con la población. Dentro de su programación estos enlaces se dan por medio de identificaciones como el lenguaje, la música, las tradiciones o festividades.

Como se ha contemplado en capítulos anteriores, la zona del Istmo de Tehuantepec, es una de las regiones con más costumbres, así como riqueza cultural dentro del estado oaxaqueño. Así, la radio que más se acerca a toda esta tradición es Radio Teka, la cual mediante el zapoteco llega al sector de adultos y ancianos, sobretodo este último, pues hay que considerar que el idioma zapoteco está más arraigado en ellos, así como las leyendas, costumbres que inculcan a las generaciones venideras.

Así mediante el zapoteco se introduce a la población un sentido de identidad, posteriormente, se transmite información de fiestas (velas, festividades -muertos, semana santa, fin de año-, eventos particulares -quince años, bodas, bautizos-, días festivos regionales-nacionales o también información sobre defunciones, velorios o sepelios de algún integrante de la comunidad.

De este modo, la radio juega un papel primordial dentro de la comunicación y convivencia, así como información local, y la única es Radio Teka. Sin embargo, existen otras radiodifusoras que dentro de sus contenidos contemplan la música regional como es el caso de KZ de Tehuantepec, Estéreo Istmo en Salina Cruz, sin embargo no tiene tanta preferencia por parte del auditorio como la juchiteca.

Por otro lado, es importante mencionar que dentro de la población encuestada se vislumbra una preferencia hacia Radio Hit, también perteneciente al grupo CORO, pero dicha emisora sólo transmite música comercial con cantantes juveniles, aquellos que se pueden escuchar en cualquier radio comercial del país. Esto adquiere importancia, ya que en el sector de jóvenes se da la tendencia de preferir esta música moderna, quizá por la edad misma, por las influencias, estereotipos de las grandes ciudades, etc. Sin embargo, en el momento en que hay festividades o tradiciones, los jóvenes mantienen la concordancia con el pueblo, con la cultura regional, es decir, podrán escuchar música moderna, pero también prevalecen las tradiciones en ellos, tanto en idioma, vestimenta, música, educación, etc. Es decir, los jóvenes se introducen a ambos rubros el comercial y el tradicional, esto último organizando, apoyando o con participación de alguna manera en las costumbres, por motivo de la enseñanza generacional, es que los jóvenes conocen

su historia, sus costumbres, mismas que enseñan o cultivan a las siguientes generaciones o a otras poblaciones, cuando tienen que dejar su estado y partir a realizar estudios o trabajo en otros lugares del país.

A continuación se exponen los cuadros realizados para confirmar los datos anteriores.

*** CONFIRMACION DE ESCUCHA**

| | | |
|--------------|----|-------|
| Si | 35 | 43.3% |
| No | 46 | 56.7% |
| TOTAL | 81 | 100% |

FUENTE: Muestra elaborada y aplicada por la autora en el municipio de Juchitán, Oaxaca, a partir del conteo Anual 1995, INEGI

*JOVENES SE CONSIDERAN DE 12 A 30 AÑOS, ADULTOS DE 31 A 60, ANCIANOS DE 60 EN ADELANTE

*** CONFIRMACION DE ESCUCHA POR GRUPOS DE EDAD**

| | JOVENES | | ADULTOS | | ANCIANOS | |
|--------------|---------|------|---------|-------|----------|-------|
| Si | 10 | 38% | 16 | 59.2% | 9 | 33.3% |
| No | 17 | 62% | 11 | 40.8% | 18 | 66.7% |
| TOTAL | 27 | 100% | 27 | 100% | 27 | 100% |

FUENTE: Muestra elaborada y aplicada por la autora en el municipio de Juchitán, Oaxaca, a partir del conteo Anual 1995, INEGI.

*JOVENES SE CONSIDERAN DE 12 A 30 AÑOS, ADULTOS DE 31 A 60, ANCIANOS DE 60 EN ADELANTE

Después de observar los cuadros, encontramos una pequeña contradicción. Cuando se le preguntó a la gente si escuchó alguna estación el día anterior, el 56.7% responde negativamente, por grupos de edad: los jóvenes 62%, adultos 59.2% positivamente y ancianos 66.7% no escucharon ninguna estación.

*** CONFIRMACION DE ESTACIONES MAS ESCUCHADAS**

| | | |
|----------------------|----|-------|
| Mar | 0 | 0% |
| Estéreo Istmo | 3 | 3.7% |
| Hit | 6 | 7.4% |
| Teka | 17 | 20.9% |
| KZ | 3 | 3.7% |
| ARO-am | 4 | 4.9% |
| Otra | 2 | 2.4% |
| No especifica | 1 | 1.2% |

FUENTE: Muestra elaborada y aplicada por la autora en el municipio de Juchitán, Oaxaca, a partir del conteo Anual 1995, INEGI

*JOVENES SE CONSIDERAN DE 12 A 30 AÑOS, ADULTOS DE 31 A 60, ANCIANOS DE 60 EN ADELANTE

Sin embargo, de la población que sintonizó alguna estación la preferencia de escucha fue del 20.9% para la estación Radio Teka, confirmando el cuadro 21, referente a las estaciones más escuchadas. El cuadro siguiente expone por grupos de edad las estaciones más escuchadas, donde se observa también la preferencia hacia la Radio Teka 18.5%, jóvenes; 25.9%, adultos; 18.5% ancianos. Rectificando la preferencia hacia la estación juchiteca, cuya programación es transmitida en zapoteco y cuya programación contempla la música regional.

*** CONFIRMACION DE ESTACIONES MAS ESCUCHADAS POR GRUPOS DE EDAD**

| | JOVENES | | ADULTOS | | ANCIANOS | |
|----------------------|---------|-------|---------|-------|----------|-------|
| Mar | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% |
| Estéreo Istmo | 0 | 0% | 2 | 7.4% | 1 | 3.7% |
| Hit | 1 | 3.7% | 4 | 14.8% | 1 | 3.7% |
| Teka | 5 | 18.5% | 7 | 25.9% | 5 | 18.5% |
| KZ | 2 | 7.4% | 1 | 3.7% | 0 | 0% |
| ARO-am | 2 | 7.4% | 0 | 0% | 2 | 7.4% |
| Otra | 1 | 3.7% | 1 | 3.7% | 0 | 0% |
| No especifica | 0 | 0% | 1 | 3.7% | 0 | 0% |

FUENTE: Muestra elaborada y aplicada por la autora en el municipio de Juchitán, Oaxaca, a partir del conteo Anual 1995, INEGI

*JOVENES SE CONSIDERAN DE 12 A 30 AÑOS, ADULTOS DE 31 A 60, ANCIANOS DE 60 EN ADELANTE

CUADRO 23
PROGRAMAS MÁS ESCUCHADOS

| | | |
|-------------------------|----|-------|
| Musical | 45 | 55.5% |
| Noticiero | 31 | 38.2% |
| Orientación | 1 | 1.2% |
| Deportes | 7 | 8.6% |
| Cultural | 10 | 12.3% |
| Todo | 5 | 6.1% |
| Nada en especial | 1 | 1.2% |

FUENTE: Muestra elaborada y aplicada por la autora en el municipio de Juchitán, Oaxaca, a partir del censo Anual 1995, INEGI.

*JOVENES SE CONSIDERAN DE 12 A 30 AÑOS, ADULTOS DE 31 A 60, ANCIANOS DE 60 EN ADELANTE

CUADRO 24
PROGRAMAS MÁS ESCUCHADOS
POR GRUPOS DE EDAD

| | JOVENES | | ADULTOS | | ANCIANOS | |
|-------------------------|---------|--------|---------|-------|----------|--------|
| Musical | 12 | 44.4% | 18 | 66.6% | 15 | 55.5% |
| Noticiero | 8 | 29.6% | 12 | 44.4% | 11 | 40.7% |
| Orientación | 0 | 0% | 1 | 3.7% | 0 | 0% |
| Deportes | 2 | 7.4% | 2 | 7.4% | 3 | 11.11% |
| Cultural | 5 | 18.5% | 2 | 7.4% | 3 | 11.11% |
| Todo | 3 | 11.11% | 2 | 7.4% | 0 | 0% |
| Nada en especial | 0 | 0% | 0 | 0% | 1 | 3.7% |

FUENTE: Muestra elaborada y aplicada por la autora en el municipio de Juchitán, Oaxaca, a partir del censo Anual 1995, INEGI.

*JOVENES SE CONSIDERAN DE 12 A 30 AÑOS, ADULTOS DE 31 A 60, ANCIANOS DE 60 EN ADELANTE

Los cuadros anteriores exponen el contenido programático que prefiere la población, en ambos cuadros destacan los programas musicales, seguidos de los informativos. De esta manera, se prefiere el entretenimiento musical sobre el conocimiento informativo. En cifras el 55.5% escucha música sobre el 38.2% que sintoniza noticieros. Respecto a los grupos de edad: el 44.4% de los jóvenes prefiere música, 29.6% información y 11.11% programas cuyo contenido es cultural. Los adultos, el 66.6% música, 44.4% información y con el mismo porcentaje, 7.4%, prefieren

contenidos deportivos y culturales Los ancianos, el 55.5% escucha música respecto al 40.7% que prefiere programas informativos

CUADRO 25
GUSTOS EN LA RADIO

| | | |
|----------------------|----|-------|
| Música | 46 | 56.7% |
| Comentarios | 33 | 40.7% |
| Locutores | 4 | 4.9% |
| Noticias | 6 | 7.4% |
| Complacencias | 7 | 8.6% |
| Todo | 2 | 2.4% |
| Otro | 0 | 0% |
| Nada | 3 | 3.7% |

FUENTE: Muestra elaborada y aplicada por la autora en el municipio de Juchitán, Oaxaca, a partir del censo Anual 1995, INEGI

*JOVENES SE CONSIDERAN DE 12 A 30 AÑOS, ADULTOS DE 31 A 60, ANCIANOS DE 60 EN ADELANTE

CUADRO 26
GUSTOS EN LA RADIO
POR GRUPOS DE EDAD

| | JOVENES | | ADULTOS | | ANCIANOS | |
|----------------------|---------|--------|---------|--------|----------|--------|
| Música | 13 | 48.1% | 15 | 55.5% | 18 | 66.6% |
| Comentarios | 11 | 40.7% | 14 | 51.8% | 8 | 29.6% |
| Locutores | 3 | 11.11% | 1 | 3.7% | 0 | 0% |
| Noticias | 0 | 0% | 3 | 11.11% | 3 | 11.11% |
| Complacencias | 2 | 7.4% | 2 | 7.4% | 3 | 11.11% |
| Todo | 1 | 3.7% | 1 | 3.7% | 0 | 0% |
| Otro | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% |
| Nada | 1 | 3.7% | 0 | 0% | 2 | 7.4% |

FUENTE: Muestra elaborada y aplicada por la autora en el municipio de Juchitán, Oaxaca, a partir del censo Anual 1995, INEGI.

*JOVENES SE CONSIDERAN DE 12 A 30 AÑOS, ADULTOS DE 31 A 60, ANCIANOS DE 60 EN ADELANTE

En estos cuadros se confirma la preferencia de la población hacia la música con un 56.7% seguido de programas diversos, 40.7%. Esta variante se contempla en los tres grupos de edad. Dicha preferencia podría deberse a la identificación cultural con la

música de la región, sin embargo, existen estaciones en las cuales el contenido musical tiende a ser o es netamente comercial. Entendiendo por comercial todo aquello que se transmite por los medios masivos de comunicación concesionarios, principalmente televisión y radio, donde el fin no es difundir la música, únicamente, sino vender la imagen del artista, vender el producto. Así pues los contenidos comerciales son aquellos géneros musicales integrados por cantantes como Luis Miguel, Fey, Lucero, Chayanne, Maná, Reencuentro, Timbiriche, Mercurio, etc. donde el ritmo o género es el pop juvenil, pero también música tropical (salsa, cumbia, merengue, etc), es decir todo aquello que se escucha en las emisoras comerciales de la capital del país.

Es preciso mencionar la diferencia que existe entre los contenidos musicales (56.7%) o comentarios (40.7%) con respecto a los noticiarios, donde sólo se alcanza 7.4%. Con esto se interpreta que existe una escasa disposición de la población para informarse de lo que acontece en el municipio, estado o en el país.

Asimismo se destaca, al grupo de jóvenes quienes no muestran interés alguno hacia los programas informativos, esto debido a la apatía e indiferencia que pueda darse a este rubro, así como a la preferencia por algún partido político, anteriormente analizado. Sin embargo, los ancianos y adultos mantienen, de igual manera, una escasa inclinación hacia la información, representándose con 11%.

CUADRO 27 NOTICIAS Y PREFERENCIA DE ESTACIONES

| | | |
|----------------------|----|-------|
| Mar | 6 | 7.4% |
| Estéreo Istmo | 4 | 4.9% |
| Hit | 20 | 24.6% |
| Teka | 26 | 32% |
| KZ | 15 | 18.5% |
| Nada | 7 | 8.6% |
| Otra | 12 | 14.8% |
| Cualquiera | 2 | 2.4% |

FUENTE: Muestra elaborada y aplicada por la autora en el municipio de Juchitán, Oaxaca, a partir del conteo Anual 1995, INEGI.

*JOVENES SE CONSIDERAN DE 12 A 30 AÑOS, ADULTOS DE 31 A 60, ANCIANOS DE 60 EN ADELANTE

CUADRO 28
NOTICIAS Y PREFERENCIA DE ESTACIONES
POR GRUPOS DE EDAD

| | JOVENES | | ADULTOS | | ANCIANOS | |
|----------------------|---------|-------|---------|--------|----------|--------|
| Mar | 2 | 7.4% | 2 | 7.4% | 2 | 7.4% |
| Estéreo Istmo | 0 | 0% | 3 | 11.11% | 1 | 3.7% |
| Hit | 6 | 22.2% | 8 | 29.6% | 6 | 22.2% |
| Teka | 6 | 22.2% | 11 | 40.7% | 9 | 33.3% |
| KZ | 4 | 14.8% | 9 | 33.3% | 2 | 7.4% |
| Nada | 4 | 14.8% | 0 | 0% | 3 | 11.11% |
| Otra | 5 | 18.5% | 1 | 3.7% | 6 | 22.2% |
| Cualquiera | 1 | 3.7% | 0 | 0% | 1 | 3.7% |

FUENTE: Muestra elaborada y aplicada por la autora en el municipio de Juchitán, Oaxaca, a partir del conteo Anual 1995, INEGI.

*JOVENES SE CONSIDERAN DE 12 A 30 AÑOS, ADULTOS DE 31 A 60, ANCIANOS DE 60 EN ADELANTE

Sin embargo, al relacionar el contenido informativo con la preferencia de estaciones, destaca la emisora Radio Teka, con 32% del total de la muestra, Pero esta cifra es pequeña, respecto a los contenidos musicales.

Es preciso mencionar que los jóvenes escuchan las noticias, tanto en Radio Hit (también ubicada en el municipio juchiteco y perteneciente al grupo Corporación Radiofónica Oaxaqueña, CORO) como en Radio Teka, cuyo porcentaje es 22.2% en ambos casos. Los adultos, de igual manera escogen Radio Teka con 40.7%, así como los ancianos con 33.3%.

Por tanto se interpreta que la preferencia parece ser por estación y no por programa. Recordemos que el grupo CORO mantiene el sistema informativo proveniente de la capital del estado. De esta manera en las emisoras pertenecientes a dicha corporación se transmite el mismo noticiero, por lo que la preferencia depende de la emisora con mayor acercamiento hacia la población, Radio Teka y no por el tratamiento de los programas. Sin embargo, es esto último lo que mantiene a la emisora juchiteca en la punta de preferencias dentro de la región.

CUADRO 29
RAZONES DE PREFERENCIA

| | | |
|--------------------------|----|-------|
| No contesto | 19 | 23.4% |
| Horario | 5 | 6.1% |
| Mayor Información | 40 | 49.3% |
| No le importa | 1 | 1.2% |
| Otra | 10 | 12.3% |
| No cree | 1 | 1.2% |
| Más conocida | 1 | 1.2% |
| Casual | 1 | 1.2% |
| Lenguaje | 1 | 1.2% |

FUENTE. Muestra elaborada y aplicada por la autora en el municipio de Juchitán, Oaxaca, a partir del conteo Anual 1995, INEGI.

*JOVENES SE CONSIDERAN DE 12 A 30 AÑOS, ADULTOS DE 31 A 60, ANCIANOS DE 60 EN ADELANTE

CUADRO 30
RAZONES DE PREFERENCIA
POR GRUPOS DE EDAD

| | JOVENES | | ADULTOS | | ANCIANOS | |
|--------------------------|---------|-------|---------|-------|----------|--------|
| No contesto | 10 | 37% | 6 | 22.2% | 3 | 11.11% |
| Horario | 2 | 7.4% | 1 | 3.7% | 2 | 7.4% |
| Mayor Información | 11 | 40.7% | 17 | 62.9% | 12 | 44.4% |
| No le importa | 0 | 0% | 0 | 0% | 1 | 3.7% |
| Otra | 2 | 7.4% | 2 | 7.4% | 6 | 22.2% |
| No cree | 0 | 0% | 0 | 0% | 1 | 3.7% |
| Más conocida | 1 | 3.7% | 0 | 0% | 0 | 0% |
| Casual | 0 | 0% | 1 | 3.7% | 0 | 0% |
| Lenguaje | 0 | 0% | 0 | 0% | 1 | 3.7% |

FUENTE. Muestra elaborada y aplicada por la autora en el municipio de Juchitán, Oaxaca, a partir del conteo Anual 1995, INEGI.

*JOVENES SE CONSIDERAN DE 12 A 30 AÑOS, ADULTOS DE 31 A 60, ANCIANOS DE 60 EN ADELANTE

Dentro de las razones de inclinación hacia tal o cual emisora, sobresalen aquellas que tienen mayor credibilidad, claridad o contenidos (locales, regionales) informativos más veraces. Es así como la preferencia por estación vuelve a darse en la forma en cómo se acerca la emisora a los radioescuchas.

Sin embargo, deben tomarse en cuenta las respuestas como “no le importa” o “no cree” (1 2%), ya que éstas significan una indiferencia hacia los aspectos informativos, el que la población responda esto puede deberse a dos cuestiones: 1) que esté inmersa en una ideología individualista “no me afecta, no me importa” dentro de los problemas o sucesos que ocurren a su alrededor, o bien 2) por no tener credibilidad la información transmitida, sobre sucesos o personajes, sobre todo políticos (se dice mucho y se hace poco o nada)

Igual de importante es el no contestar a dicha pregunta (23.9%), donde tal indiferencia o indignación se traslada al silencio a un “por qué”. Pero esto va más allá, primero por lo mencionado en el párrafo anterior y, segundo, donde la única posibilidad es sólo escuchar las noticias, sin más atención hacia éstas.

Esto último da pie a la retención de los contenidos básicos radiofónicos por parte de la población, donde se corrobora que el auditorio oiga y no escuche la radio, pues el 40.7% no recuerda haber escuchado algo de dichos contenidos. Al desglosarlo por grupos de edad se observa que más de la mitad de los jóvenes (51.8%) y ancianos (40.7%) no retienen algún contenido radiofónico. A diferencia de los adultos, quienes dentro de la escasa retentiva, destaca con 44.4% el tener en su memoria canciones o programas musicales radiofónicos.

CUADRO 31 RETENCION

| | | |
|--------------------|----|--------|
| Nada | 33 | 40.7% |
| Deportes | 1 | 1.2% |
| Música | 22 | 27.1% |
| Contenido | 9 | 11.11% |
| Noticias | 11 | 13.5% |
| Gobierno | 1 | 1.2% |
| Comentarios | 3 | 3.7% |
| Otra | 1 | 1.2% |

FUENTE: Muestra elaborada y aplicada por la autora en el municipio de Juchitán, Oaxaca, a partir del censo Anual 1995, INEGI.

*JOVENES SE CONSIDERAN DE 12 A 30 AÑOS, ADULTOS DE 31 A 60, ANCIANOS DE 60 EN ADELANTE

CUADRO 32
RETENCION POR GRUPOS DE EDAD

| | JOVENES | | ADULTOS | | ANCIANOS | |
|--------------------|---------|-------|---------|--------|----------|--------|
| Nada | 14 | 51.8% | 8 | 29.6% | 11 | 40.7% |
| Deportes | 1 | 3.7% | 0 | 0% | 0 | 0% |
| Música | 5 | 18.5% | 12 | 44.4% | 5 | 18.5% |
| Contenido | 2 | 7.4% | 4 | 14.8% | 3 | 11.11% |
| Noticias | 4 | 14.8% | 3 | 11.11% | 4 | 14.8% |
| Gobierno | 0 | 0% | 0 | 0% | 1 | 3.7% |
| Comentarios | 1 | 3.7% | 1 | 3.7% | 1 | 3.7% |
| Otra | 1 | 3.7% | 0 | 0% | 0 | 0% |

FUENTE: Muestra elaborada y aplicada por la autora en el municipio de Juchitán, Oaxaca, a partir del conteo Anual 1995, INEGI.

*JOVENES SE CONSIDERAN DE 12 A 30 AÑOS, ADULTOS DE 31 A 60, ANCIANOS DE 60 EN ADELANTE

CUADRO 33
MENSAJES Y PROPAGANDA POLITICA

| | | |
|--------------|----|-------|
| Si | 57 | 70.3% |
| No | 24 | 29.7% |
| TOTAL | 81 | 100% |

FUENTE: Muestra elaborada y aplicada por la autora en el municipio de Juchitán, Oaxaca, a partir del conteo Anual 1995, INEGI.

*JOVENES SE CONSIDERAN DE 12 A 30 AÑOS, ADULTOS DE 31 A 60, ANCIANOS DE 60 EN ADELANTE

CUADRO 34
MENSAJES Y PROPAGANDA POLITICA
POR GRUPOS DE EDAD

| | JOVENES | | ADULTOS | | ANCIANOS | |
|--------------|---------|-------|---------|-------|----------|------|
| Si | 19 | 70.3% | 18 | 66.6% | 20 | 74% |
| No | 8 | 29.7% | 9 | 33.4% | 7 | 26% |
| TOTAL | 27 | 100% | 27 | 100% | 27 | 100% |

FUENTE: Muestra elaborada y aplicada por la autora en el municipio de Juchitán, Oaxaca, a partir del conteo Anual 1995, INEGI.

*JOVENES SE CONSIDERAN DE 12 A 30 AÑOS, ADULTOS DE 31 A 60, ANCIANOS DE 60 EN ADELANTE

Respecto a éste tema, el 70.3% de la población ha escuchado mensajes o propaganda política, divididos en jóvenes: 70.3%, adultos 66 65 y ancianos 74%, lo cual quiere decir que la mayoría de la población está expuesta a los mensajes políticos que se transmiten por radio, lo que en buena medida influye en las campañas y comicios electorales.

La población está expuesta al "bombardeo" propagandístico por parte de los partidos políticos, que en tiempos electorales se incrementa. Dicho aumento se ve reflejado en los resultados de las campañas políticas. Con esto resalta que el municipio tiene cierta formación política, respaldada en la historia política de Juchitán con la Coalición Obrero-Campesino-Estudiantil del Istmo (Cocei), convertida después en dos fuerzas políticas: PRD Y Cocei.

CUADRO 35
MENSAJES DE PARTIDOS POLÍTICOS

| | | | |
|--------------------|----|----|-------|
| Si | 74 | | 91.3% |
| PRI | 31 | | 38.2% |
| PAN | 3 | | 3.7% |
| PRD | 23 | | 28.3% |
| Todos | | 17 | 20.9% |
| No contestó | 21 | | 25.9% |
| No | 3 | | 3.7% |

FUENTE: Muestra elaborada y aplicada por la autora en el municipio de Juchitán, Oaxaca, a partir del conteo Anual 1995, INEGI

*JOVENES SE CONSIDERAN DE 12 A 30 AÑOS, ADULTOS DE 31 A 60, ANCIANOS DE 60 EN ADELANTE

CUADRO 36
MENSAJES DE PARTIDOS POLITICOS
POR GRUPOS DE EDAD

| | JOVENES | | ADULTOS | | ANCIANOS | |
|--------------------|---------|-------|---------|-------|----------|--------|
| Si | 21 | 77.7% | 24 | 88.8% | 29 | 107.4% |
| PRI | 9 | 33.3% | 9 | 33.3% | 13 | 48.1% |
| PAN | 1 | 3.7% | 1 | 3.7% | 1 | 3.7% |
| PRD | 5 | 18.5% | 9 | 33.3% | 9 | 33.3% |
| Todos | 6 | 22.2% | 5 | 18.5% | 6 | 22.2% |
| No contestó | 7 | 25.9% | 8 | 29.6% | 6 | 22.2% |
| No | 2 | 7.4% | 1 | 3.7% | 0 | 0% |

FUENTE: Muestra elaborada y aplicada por la autora en el municipio de Juchitán, Oaxaca, a partir del conteo Anual 1995, INEGI

*JOVENES SE CONSIDERAN DE 12 A 30 AÑOS, ADULTOS DE 31 A 60, ANCIANOS DE 60 EN ADELANTE

A diferencia de la retención de programas radiofónicos, en este ámbito, la gente retiene los mensajes políticos que se le anuncian, es decir el 91.3% recuerda haber escuchado propaganda política. En los cuadros se observa que la retención de spots propagandísticos tiende a favorecer al PRI con 38.2%. Sin embargo, al dividirlo por grupos de edad encontramos que los jóvenes recuerdan mensajes priistas, 33.3%; los adultos muestran 33.3% tanto para el PRI como para el PRD; los ancianos recuerdan también del Revolucionario Institucional con 48.1% seguido de la Revolución Democrática.

Según estos resultados, la población encuestada favorece al tricolor, por sobre el partido del sol azteca, a pesar de que el municipio juchiteco esté representado desde hace catorce años por el PRD.

CUADRO 37
MENSAJES GUBERNAMENTALES

| | | |
|------------------|----|-------|
| Si | 53 | 65.4% |
| Federal | 20 | 24.6% |
| Estatad | 13 | 16% |
| Municipal | 6 | 7.4% |
| Todos | 14 | 17.2% |
| No | 36 | 44.4% |

FUENTE: Muestra elaborada y aplicada por la autora en el municipio de Juchitán, Oaxaca, a partir del conteo Anual 1995, INEGI.

*JOVENES SE CONSIDERAN DE 12 A 30 AÑOS, ADULTOS DE 31 A 60, ANCIANOS DE 60 EN ADELANTE

CUADRO 38
MENSAJES GUBERNAMENTALES
POR GRUPOS DE EDAD

| | JOVENES | | ADULTOS | | ANCIANOS | |
|------------------|---------|--------|---------|-------|----------|-------|
| Si | 18 | 66.6% | 18 | 66.6% | 17 | 62.9% |
| Federal | 5 | 18.5% | 4 | 14.8% | 11 | 40.7% |
| Estatad | 5 | 18.5% | 7 | 25.9% | 1 | 3.7% |
| Municipal | 3 | 11.11% | 2 | 7.4% | 1 | 3.7% |
| Todos | 5 | 18.5% | 5 | 18.5% | 4 | 14.8% |
| No | 12 | 44.4% | 13 | 48.1% | 11 | 40.7% |

FUENTE: Muestra elaborada y aplicada por la autora en el municipio de Juchitán, Oaxaca, a partir del conteo Anual 1995, INEGI.

*JOVENES SE CONSIDERAN DE 12 A 30 AÑOS, ADULTOS DE 31 A 60, ANCIANOS DE 60 EN ADELANTE

Referente a los mensajes gubernamentales. El 65.4% recuerda haberlos escuchado, de los cuales el 24.6% retuvo los mensajes Federales cuya comparación hacia todos es del 17.2%. Del segmento de jóvenes, 66.6% recuerdan haber escuchado, de los cuales se dividen en 18.5% para gobierno Federal y Estatal, con escasa retentiva hacia los mensajes municipales. Los adultos, el 66.6% recuerda los mensajes, desprendiéndose en 25.9% hacia la propaganda Estatal, por sobre los anuncios federales con 14.8%. Por parte del grupo de ancianos, el 62.9% retuvo spots políticos,

destacando el 40.7% para los mensajes federales y disminuida retención hacia los mensajes estatales y/o municipales.

Sin embargo, es importante mencionar que la influencia de estos mensajes hacia la gente parece ser nula, como lo muestran los siguientes cuadros (39 y 40), ya que el 70.4% niega el ser influido por dicha propaganda. Esto quizá se deba, también a la falta de credibilidad hacia los entes políticos, así como la poca identidad política de los partidos para con la población.

CUADRO 39

INFLUENCIA DE LOS MENSAJES POLÍTICOS

Los mensajes políticos que ha escuchado, ¿han influido en usted?.

| | | |
|--------------------|----|-------|
| Si | 22 | 27.1% |
| No | 57 | 70.4% |
| No contestó | 2 | 2.4% |
| TOTAL | 81 | 100% |

FUENTE: Muestra elaborada y aplicada por la autora en el municipio de Juchitán, Oaxaca, a partir del conteo Anual 1995, INEGI

*JOVENES SE CONSIDERAN DE 12 A 30 AÑOS, ADULTOS DE 31 A 60, ANCIANOS DE 60 EN ADELANTE

CUADRO 40

INFLUENCIA DE LOS MENSAJES POLITICOS

POR GRUPOS DE EDAD

Los mensajes políticos que ha escuchado, ¿han influido en usted?.

| | JOVENES | | ADULTOS | | ANCIANOS | |
|--------------------|---------|-------|---------|-------|----------|-------|
| Si | 6 | 22.3% | 6 | 22.2% | 10 | 37% |
| No | 21 | 77.7% | 20 | 74.1% | 16 | 59.3% |
| No contestó | 0 | 0% | 1 | 3.7% | 1 | 3.7% |
| TOTAL | 27 | 100% | 27 | 100% | 27 | 100% |

FUENTE: Muestra elaborada y aplicada por la autora en el municipio de Juchitán, Oaxaca, a partir del conteo Anual 1995, INEGI.

*JOVENES SE CONSIDERAN DE 12 A 30 AÑOS, ADULTOS DE 31 A 60, ANCIANOS DE 60 EN ADELANTE

Los siguientes cuadros exponen que el 97.5% responde afirmativamente hacia la difusión de la cultura por medio de la radio, subrayando que el 81.48% se refiere a la manera general, es decir, que la mayoría de las estaciones de radio de la región abarcan dicho tema. Sin embargo, resalta la preferencia de la gente hacia Radio Teka con 13.5%. Con ello se comprueba nuevamente, que dicha emisora es predilecta de la población istmeña, de manera general y, en particular, la juchiteca.

CUADRO 41
RADIO Y CULTURA

¿Le parece que la radio habla de la cultura del Istmo de Tehuantepec?

| | | |
|----------------------|----|--------|
| SI | 79 | 97.5% |
| Teka | 11 | 13.5% |
| KZ | 1 | 1.2% |
| Hit | 1 | 1.2% |
| Estéreo Istmo | 0 | 0% |
| General | 66 | 81.48% |
| No sabe | 1 | 1.2% |
| NO | 1 | 1.2% |
| No contesto | 1 | 1.2% |

FUENTE: Muestra elaborada y aplicada por la autora en el municipio de Juchitán, Oaxaca, a partir del censo Anual 1995, INEGI.

*JOVENES SE CONSIDERAN DE 12 A 30 AÑOS, ADULTOS DE 31 A 60, ANCIANOS DE 60 EN ADELANTE

CUADRO 42
RADIO Y CULTURA POR GRUPOS DE EDAD

¿Le parece que la radio habla de la cultura del Istmo de Tehuantepec?

| | JOVENES | | ADULTOS | | ANCIANOS | |
|----------------------|---------|-------|---------|--------|----------|-------|
| SI | 27 | 100% | 28 | 103.7% | 24 | 88.8% |
| Teka | 4 | 14.8% | 5 | 18.5% | 2 | 7.4% |
| KZ | 0 | 0% | 0 | 0% | 1 | 3.7% |
| Hit | 0 | 0% | 1 | 3.7% | 0 | 0% |
| Estéreo Istmo | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% |
| General | 23 | 85.1% | 22 | 81.48% | 21 | 77.7% |
| No sabe | 0 | 0% | 0 | 0% | 1 | 3.7% |
| NO | 0 | 0% | 0 | 0% | 1 | 3.7% |
| No contesto | 0 | 0% | 0 | 0% | 1 | 3.7% |

FUENTE: Muestra elaborada y aplicada por la autora en el municipio de Juchitán, Oaxaca, a partir del censo Anual 1995, INEGI.

*JOVENES SE CONSIDERAN DE 12 A 30 AÑOS, ADULTOS DE 31 A 60, ANCIANOS DE 60 EN ADELANTE

De igual manera, en el cuadro anterior se observa la preferencia hacia Radio Teka: jóvenes con 14.8%, adultos 18.5% y ancianos, en menor medida, con 7.4%. Es preciso mencionar que dicha emisora, transmite en zapoteco (mensajes de servicio social, comunitarios, festivos, etc.) así como su programación diaria es de música regional, a distintas horas del día, a diferencia de las otras radiodifusoras que únicamente los fines de semana, dedican espacio a la música tradicional istmeña.

De esta manera se muestran los resultados de la encuesta aplicada en Juchitán, Oaxaca, cuya ciudad no sólo alberga a juchitecos, sino también a pobladores de otras regiones, ya que, recordemos, es la segunda ciudad en el Istmo de Tehuantepec, después de Salina Cruz, en importancia comercial y laboral.

La muestra estuvo integrada por veintidós preguntas, la última de ellas: ¿cómo consideras la cultura en el Istmo de Tehuantepec, Oax.? Dado que es una pregunta abierta, donde no se puede establecer parámetros, hemos decidido interpretarla, partiendo de las respuestas de la población.

Es así como encontramos que la mayoría de los jóvenes respondió que existe una cultura rica, abundante, factor importante en la sociedad, etc. Por su parte, en el grupo de adultos prevalece la postura de manifestar una pérdida cultural, a pesar de que sea rica, entendiendo esto como la diversidad de costumbres y tradiciones, así como el impulso que se le dé. Por último, los ancianos, reconocen que han existido cambios en la cultura, pero también señalan que hay un cambio educativo, donde la población poco a poco se ha adentrado a niveles culturales-educativos distintos. A su vez se menciona una pérdida de valores en los jóvenes, entendida como falta de respeto a los adultos, así como a sus costumbres.

Prevalece pues, la opinión del papel que juega el gobierno en la difusión cultural, representada, principalmente, por la Casa de la Cultura, difunde actividades que apoyan el desarrollo de la cultura, así como información sobre la historia del municipio y la región.

A su vez, se señala la participación de la radio en la difusión cultural, ya que como en la pregunta anterior o cuadro 21, la población manifiesta que la estación radio Teka ha impulsado las costumbres y festividades, así como el lenguaje. Sin embargo, se opina que la radio también ha favorecido otras costumbres o contenidos como la música comercial, los valores de otras sociedades, donde se pierde la cultura local.

Cabe señalar, que a pesar de la influencia que se tiene de la televisión y el incremento de la música comercial en la radio, la población expresa preocupación por el incremento de este tipo de valores, donde hace un llamado a las autoridades municipales, así como al ámbito educativo para rescatar toda la tradición que representa la región istmeña, considerada una de las más ricas tanto en el estado de Oaxaca, en el ámbito nacional como en el ámbito internacional.

Partiendo de esto, es posible crear un proyecto de impulso y desarrollo cultural de la región, participando desde el ámbito comunicativo, ya sea en la creación de programas, cuyo contenido es el aliento hacia la música, tradiciones, educación, idioma.

5. PROPUESTA DE RADIO PARA IMPULSAR EL DESARROLLO CULTURAL, EDUCATIVO Y SOCIAL EN JUCHITAN DE ZARAGOZA, OAXACA.

En los capítulos que preceden esta propuesta se estudió con detenimiento las condiciones educativas, sociales, políticas, así como culturales y en el ámbito de comunicación. De esta investigación se desprende la posibilidad de crear una emisora radiofónica popular. Ante esto se expone a continuación la propuesta en distintos rubros conectados entre sí: aspectos técnicos, legales, sociopolíticos y culturales, financiamiento, contenido, tomando como base Radio Ayuntamiento Popular, emisora que perteneció a la Coalición Obrero-Campesino y Estudiantil (Cocei) de Juchitán. Este antecedente radiofónico da posibilidades de crear una radiodifusora con características similares con el objetivo fundamental de ser popular, de participación social. De esta manera se propone el siguiente proyecto:

Radio Ti Diidxa' xti' Guidxi: La Voz de nuestro Pueblo

5.1 OBJETIVO.

Desarrollar una emisora radiofónica que fomente la expresión de las ideas y creaciones en el ámbito comunitario. Con carácter local, cuyo manejo, distribución y contenidos sean realizados por la propia comunidad.

Sin embargo, se necesita asesorar a la población con talleres básicos para operar y hacer producir una radiodifusora. Una radio comunitaria con participación social, donde no sólo el micrófono este en manos de la población, sin censura, sino el manejo y la responsabilidad de sostener una emisora radiofónica.

Con esto la población tendrá un mayor acercamiento hacia este medio de comunicación, quitando el velo que limita la distancia de la comunidad hacia radio, más allá de la escasa intercomunicación que impera como llamadas telefónicas, concursos, eventos recreativos, con carácter esporádico y temporal.

Será importante expresar los acontecimientos tal y como suceden, sin disfraces, ya que estando el micrófono en la misma comunidad, se tendría un acercamiento e identidad cultural, aspectos que se están perdiendo o que sólo se mantienen en la población adulta y anciana que enfrentan políticas económicas globalizadoras, así como patrones culturales externos a la localidad.

El dominio por parte del grupo Corporación Radiofónica Oaxaqueña, no significa una limitación para crear una radio local, ya que esta característica es lo que la hace distinta, con ella se cubriría el municipio juchiteco, así como los poblados más cercanos. Con ello fortaleciendo no sólo la convivencia de los "tecos", sino de otras poblaciones.

Juchitán constituye la segunda ciudad más poblada y grande del Istmo de Tehuantepec, a su vez por ser uno de los municipios con mayor actividad comercial (después de Salina Cruz) es pues centro de reunión de distintas actividades laborales, prevaleciendo la venta, donde personas de distintos lugares, no sólo de la región llegan al municipio juchiteco para comerciar, trabajar y/o estudiar. Así que la convivencia se extendería a otras comunidades.

5.2 ASPECTOS SOCIOPOLÍTICOS Y CULTURALES.

Oaxaca es uno de los estados del país con mayor riqueza cultural, la cual ha demostrado, con el tiempo, la preservación de sus costumbres y tradiciones por parte de la población, a pesar de las políticas económicas, las tendencias culturales de otros países o regiones del México, sobretudo la capital.

La radio como instrumento colectivo, de participación social y política, así como formador educativo y cultural va más allá de la comunicación, la información y el entretenimiento, alcanza niveles de integración e identidad, donde la comunidad puede exponer los problemas que vive, transmitir experiencias o creaciones propias.

La radio es un fenómeno social y cultural que nos permita contar, comunicar e informar los acontecimientos que hacen parte de nuestra vida diaria. Ella es unidireccional, ya que es un altavoz que reproduce los sonidos emitidos desde la emisora, tiene una amplia difusión y largo alcance; es unisensorial, evoca y sugiere imágenes auditivas, el escucha elabora la imagen a partir de los sonidos; genera códigos compartidos, donde la identidad tiene gran importancia sobretodo al plasmarse con creatividad los contenidos que identifiquen a la población con lo que escucha y la ayuden a desarrollarse culturalmente; además tiene bajo costo de producción y recepción en relación con otros medios y es altamente competitiva.

Ante la necesidad de difusión de las creaciones artísticas del municipio y región, de impulsar la cultura, así como el rescate de las tradiciones y costumbres de la localidad surge la iniciativa de crear una radio del pueblo, para el pueblo, por el pueblo dentro de una convivencia colectiva.

Por qué Juchitán...

¿Quién no ha sido dominado en jaulas visibles, no sea libre? ¿Un tigre o un león no preso se amilana ante las circunstancias? Una de las pruebas fehacientes de este aserto lo constituye la conservación de la lengua zapoteca, la pervivencia de sus costumbres, vestidos, tradiciones genuinas y míticas. Esta lengua milenaria, la pervivencia de sus costumbres, vestidos, tradiciones genuinas, míticas...

Desde 1980, Juchitán es un municipio donde domina la Cocei (partido local de izquierda) una fuerza política que derrotó al partido oficial a través de los votos constitucionales. Actualmente, la cabecera municipal es gobernada por el Partido de la Revolución Democrática y la Cocei.

En el terreno del arte, los zapotecas de Juchitán son herederos de la habilidad y la concepción artística, sensible de su cultura madre: constructores de las grandes pirámides de Monte Albán e inspiradores de Mitla, hacedores de la cerámica policroma, modeladores de los pectorales de oro encontrados en las tumbas, confeccionadores de los murales (en Huijazó o Gubídxa Zóo, el sol, el atalaya del cosmos), trazadores de los signos sobre la corteza de los árboles vetustos, encima de la piel de los animales como el ocelote, los códices y lienzos de algodón silvestres que aún se conservan en los museos nacionales y extranjeros.

La semilla de la sensibilidad y la inteligencia casi fue sepultada por la invasión española. Sin embargo, al pasar los años cientos de penurias y daños, la cultura zapoteca brotó, germinó, emergió en la conciencia. De tiempo en tiempo, eras y eras, de sus frutos más óptimos en forma de música, palabras, formas, colores.

En las artes plásticas, en este fin de milenio, los zapotecas de antes, se incorporan por derecho propio a todo. La lista empieza con el nombre de Francisco Toledo, quien es uno de los más grandes dentro de ese contexto. Siguen su ejemplo otros como Jesús Urbietta, Delfino Marcial, Oscar Martínez, Víctor Orozco, todos van o irán a irradiar en el panorama de la pintura nacional. Cada cual se defenderá por sus virtudes individuales, en técnica, temática y visión del mundo, sin perder su esencia zapoteca universal.

Los zapotecas del Istmo están muy orgullosos de su cultura, no la esconden, por el contrario, para ellos es motivo de orgullo, en cualquier parte del país o del mundo hablan el zapoteco, y esta característica parte de que no ha sido un pueblo sometido, la rebeldía es innata en los zapotecas istmeños.

Juchitán se funda al paso de los aztecas a Guatemala, había que cuidar esta zona para evitar asentamientos nahuatlacas y aztecas, con ello se mandan tropas de élite a Juchitán para asentarse y cuidar el territorio. A partir de ahí nace ese orgullo de los zapotecas del Istmo. Sin embargo, la cultura se encuentra en luz roja con respecto a todo lo que antes era muy cotidiano, actualmente es muy difícil ver que alguien rapte a una mujer, o que las bodas se lleven a cabo con todas las costumbres como en décadas anteriores se realizaban.

Políticamente, la fuerza más importante en el municipio, es sin duda alguna la Cocei, agrupación que inicia con la decisión de estudiantes, campesinos y profesionistas juchitecos, que a principios de los setenta se reúnen y se organizan para crear una zona de pensamiento y acción independiente. En el nacimiento y primer desarrollo de la Cocei concurren varios factores:

- * La fuerza activa de la tradición en Juchitán, el sentido histórico regional y local, tan infrecuente ya en México, las características de una población bilingüe que al idioma zapoteco le confía las vivencias más entrañables.

- * La presencia de un grupo, en el que intervienen destacadamente el pintor Francisco Toledo y los escritores Víctor de la Cruz y Macario Matus, empeñado en recuperar el legado histórico y cultural de Juchitán que, al coincidir con el deseo de rescatar la dignidad política, permite una doble ampliación de perspectivas.

- * El descrédito generalizado del PRI en Oaxaca, y de las falsas alternativas como el PPS (Partido Popular Socialista). El Revolucionario Institucional prescinde aceleradamente de disfraces legalistas, pierde fuerza y se deja ocupar el Istmo.

- * La experiencia del 68, vitaliza a una generación estudiantil y a diversos jóvenes que, de la capital, van regresando a su lugar de origen, con una concepción política e histórica diferente.

* Las continuas migraciones de juchitecos a las zonas petroleras, lo que provoca insensiblemente un gran reacomodo familiar, que se traduce en una participación femenina mayor y muy combativa. De modo paulatino y aunque se mantenga como aureola del machismo permisivo, el "matriarcado" de Juchitán va siendo reemplazado por la intervención política de las mujeres, sin embargo falta mucho por hacer en este aspecto.

A pesar de las agresiones, asesinatos, inculpaciones de homicidios a los líderes, persecución económica, la COCEI se ha mantenido como fuerza política y social, de tal forma que desde la década de los ochenta mantiene el poder del municipio juchiteco.

5.3 ASPECTOS OPERACIONALES:

Programáticos, financiamiento, comunicación, relaciones públicas.

La investigación pretende, también, fomentar los conceptos y su comprensión para desarrollar alternativas que permitan la organización y multiplicación de los aprendizajes, así como la difusión, preservación e impulso cultural. Llevar a la radio como herramienta de opinión y crítica fundamentada -desde profesionistas hasta población en general- en las nociones de realidad aprehendidas en la experiencia vivida.

Esta propuesta va con miras hacia la exposición sobre el municipio real, aspecto que se encuentra ausente en las radios de la región. Se albergarían programas con corresponsalías populares, basado en la preparación y seguimiento a los sucesos de la vida cotidiana, no sólo los aspectos políticos, sino también los sociales.

Con un grupo de pobladores de diversas características, es decir, distintos empleos, se estructurarían el proyecto radial, dejando claro que el objetivo principal es articular procesos de reconocimiento entre la comunidad, el mejoramiento, difusión, por tanto desarrollo de la educación y la cultura de la localidad. Convirtiendo el espacio radiofónico en un vehículo para promover el diálogo intercultural con enlaces y encuentros entre la población.

En el proyecto es factible la participación de grupos de radio escolar, comunitaria, juvenil, comercial, sobre todo, comerciantes, profesores, amas de casa, niños, adolescentes, ancianos, profesionistas. Una nueva posibilidad dentro de los modelos de radio con alcances ilimitados a las emisoras dominantes.

Primeramente, se debe focalizar grupos y personas interesadas en la incorporación al medio radial, fomentar el acercamiento a éste por medio de difusión y propaganda realizada con la cooperación de la Casa de la Cultura de Juchitán, así como el municipio.

En este sentido el ejercicio de focalización se realizará desde las sugerencias de cada participante en los departamentos, sujetos a las condiciones locales, a la necesidad de explorar, participar y crear modelos radiofónicos. Con participación en los talleres de capacitación de forma complementaria a las actividades cotidianas, donde los primeros grupos capacitados serán considerados como la semilla, bien por las habilidades y conocimientos o especialidades mostradas respecto al tema de la radio y/o por los procesos de organización y gestión que desempeñen.

En la construcción de este proyecto se deben generar programas de buena calidad, que comuniquen desde sus propias experiencias, tarea que será lograda a partir de los talleres básicos, aunados a discursos que promuevan la organización con distintos niveles de capacitación. Cabe señalar que al hablar de buena calidad, no quiere decirse censuras, sino enseñarles o capacitarlos en el sentido de expresar la realidad con argumentación y con un lenguaje común. Esto significaría llenar de sentido un trabajo en el marco de los planteamientos locales como son los planes locales o municipales de desarrollo, los problemas sociales y las redes interinstitucionales o intergrupales, así como acciones de organización comunitaria.

El proyecto se divide en las siguientes unidades:

Pedagogía: capacitación, talleristas

Investigación: evaluación y seguimiento

Taller Creativo: producción

De gestión y administración: consecución de recursos, donaciones, patrocinios

Crear talleres con conceptos básicos acerca de la producción, el lenguaje y las generalidades de la radio que permita detectar deficiencias, fortalezas y posibilidades de modelos radiales que reconozca cada grupo y/o individuo.

5.4 TALLER DE RADIO.

Duración del taller: 6 meses aproximadamente

Sesiones: 6 horas diarias de lunes a viernes

Grupo A: Lunes-Miércoles-Viernes 11-14 hrs.

Grupo B: Lunes-Miércoles-Viernes 15-18 hrs.

Grupo C: Martes-Jueves 11- 14 hrs.

Grupo D: Martes-Jueves 15-18 hrs.

Habrán dos grupos divididos en dos turnos (matutino y vespertino), los cuales se pueden integrar en un inicio por 15 personas.

Requisitos:

Saber leer y escribir, en caso de no cumplir este requisito se les regularizará.

Interés, compromiso.

Objetivo del taller

Crear una estación de radio comunitaria, un espacio de libertad de expresión donde los alumnos y la población aprenderá la instalación, manejo y sostenimiento de una estación de radio con carácter local, con el fin de acercar a la comunidad a los medios de comunicación, en la que podrán dar a conocer sus creaciones artísticas, su ideología, su forma de vida, etc.

Durante el curso se impartirán las enseñanzas básicas en las áreas de electrónica, computación, producción, realización, dirección, guionismo, investigación y redacción. Y debido a que en la región predomina el comercio, como actividad productiva, es conveniente regularizar en el tema de comercialización.

Al término del taller el alumno sabrá producir programas de radio, conocerá el funcionamiento técnico y operacional de las transmisiones de radio. A la par de las enseñanzas básicas, el alumno podrá practicar en el micrófono el aprendizaje adquirido hasta el momento del curso.

Áreas:

- 1) Electrónica, operación técnica básica.
- 2) Producción, dirección, guión, redacción e investigación.

Temario.

Electrónica.

Propedéutico de matemáticas para electricidad y electrónica (dos meses).

Álgebra y geometría analítica

Nociones de cálculo diferencial e integral.

Lógica

Álgebra Booleana

Electrónica Básica por Objetivos (4 meses).

Diseño digital

Abreviaturas
Unidades utilizadas en electricidad y magnetismo
Nociones de electricidad y magnetismo

Producción de Radio.

Sensibilización a la radio

- a. Comunicación
- b. El otro, construyendo audiencia

Pedagogía de la Radio.

La radio: instrumento de educación popular.
La naturaleza del medio.
El lenguaje radiofónico
Otros factores básicos de la comunicación

La técnica radiofónica.

Los formatos radiofónicos
Música, Sonido y Efectos
La información en Radio
La entrevista
Cómo se proyecta un programa de radio.

El Guión.

Elaboración del guión: principios básicos.

La reproducción.

Equipo humano de producción.

La Realización

Frente al micrófono
El proceso de producción: la preparación
La ejecución: ensayo y grabación

Locución.

Ejercicios de relajación, respiración, dicción, modulación.
Higiene respiratoria.

Investigación para la Producción

Redacción.

Lenguaje
Pensamiento
Ortografía
Formas de expresión lingüística
Composición

Propuestas para el Taller.

- * Realización de cassetes-foros: la modalidad consiste en realizar grabaciones (entrevistas, testimonios, opiniones) que serán enviadas en un casete a los diferentes grupos interesados en el tema, para que luego de su audición se recojan las opiniones en un casete para retro-alimentar las propuestas iniciales.

- * Mesas de trabajo: realización de aproximadamente 5 mesas de trabajo, que estarán conformadas de 5 a 6 personas con gustos, intereses y cualidades diferentes, para que trabajen los diferentes módulos del taller. Cada mesa de trabajo tendrá un nombre respectivo.

- * Sensibilización de sonidos: por medio de diferentes sonidos, ya sea de instrumentos, de ruido ambiente, de grabaciones que identifiquen y creen historias o reconozcan lugares cercanos a ellos.

- * Pintando la voz: dinámica de presentación en la cual se realiza un círculo y la persona que desee empieza hablar y el compañero de lado derecho pone atención de lo que se habla y pinta la voz de la persona según como el la escucha.

- * Realización de lecturas: al comenzar un nuevo modulo del taller dar la oportunidad a un miembro del grupo para que realice una lectura referente al tema a tratar, y está sea en forma de locutor o de reportero.

* Realización de un socio-drama: se escogen 5 personas, una o dos de cada mesa de trabajo para realizar la actividad, los temas pueden ser de actualidad o que les compete directamente, los demás integrantes de la mesa deberán, en 5 minutos, escribir una noticia para radio y uno de ellos tendrá que transmitirla al resto de la comunidad. Este ejercicio sirve para demostrar la diferencia de estilos y formas de cada emisora para transmitir una noticia de un mismo hecho.

Se deberá lograr la auto-sostenibilidad, organización, capacitación, desarrollo de recursos técnicos y humanos, evaluación e investigación de procesos, trabajo intergrupar, intersocial.

Dentro de esta radio comunitaria deberán existir coordinaciones nombradas por el mismo colectivo integrado por la propia comunidad. De este modo las coordinaciones deberán ser: financiamiento o patrocinios; difusión y propaganda; técnica; relaciones públicas; eventos recreativos, deportivos y sociales. Dichos puestos deberán ser elegidos democráticamente por el colectivo que integra la misma emisora, a su vez se encargarán de la transmisión.

A su vez se deberán generar relaciones interinstitucionales e intercomunicacionales con organismos como el Imer y el INI para formar, fortalecer y dar continuidad a los objetivos fundamentales de estas organizaciones: el servicio al pueblo, prevaleciendo la autonomía para la emisora.

Dado que la propia población va a ser de la emisora, la ocupación del oyente, su profesión u oficio, tendrá una relación directa con la clase social a la que pertenece, es decir con su capacidad económica y grado de instrucción. Por lo tanto, la ocupación y círculo social influye determinadamente en la selección de mensajes específicos pero, sobretodo, le permite una mayor interpretación del fenómeno informativo y de todo mensaje en general.

Producción radial.

Para realizar la producción es muy importante tener claro cuál es el tipo de emisora en la que se está trabajando, a partir de esto se definen los roles del equipo de producción, el tema, la audiencia, la justificación, los objetivos, el género y el formato, las fuentes-investigación, la elaboración de guiones, la grabación, la edición, musicalización, evaluación y retroalimentación del público.

Equipo de producción.

Una producción de radio tiene distintos campos de trabajo que se mezclan y complementan. Es conveniente que estas áreas sean abordadas por distintas personas, en este caso deben ser abarcadas por un colectivo que deberá tener claro el objetivo que se persigue.

La Programación.

Deberá tener una programación participativa e incluyente, donde el ciudadano común encuentre una posibilidad real para dar sus opiniones, ser escuchado y sentirse identificado con lo que escucha y produce. La propiedad será común, ya que tanto el manejo como la responsabilidad y toma de decisiones recaen en manos de una comunidad o grupo organizado, por ende se evitará el autoritarismo que se deriva del manejo de un bien común.

Por medio de la emisora, la comunidad incidirá en las decisiones que afectan su propio desarrollo, más allá de opinar y ser escuchado, sino también en que dichas expresiones se traduzcan en acciones, aprovechando la capacidad movilizadora que posee la comunicación, con objetivos comunes en la articulación y proyección de fuerzas, recursos humanos, técnicos y económicos. La gestión deberá ser una manera de organizar las acciones dentro del colectivo que se alimentará de consenso y decisiones

del mismo grupo. Se contemplará como una construcción colectiva desde las identidades, experiencias y habilidades de los participantes.

La radio de gestión es un proyecto institucional que nace de la revisión y evaluación del discurso de las radios comunitarias, libres, alternativas, ciudadanas, comerciales de las últimas décadas, la cual busca proponer un modelo de organización de acciones no sólo en el interior de la radio, sino en el exterior, en la construcción, fortalecimiento, rescate e impulso de la comunidad en el ámbito cultural, educativo, político y social. Sin embargo esto puede ser posible si las lógicas de la sociedad están dispuestas al cambio, a la organización al desarrollo

Por tanto se habla de planificación cultural, de poner en marcha políticas de intervención sociocultural, de formación de públicos para las artes, de estimular la creación y proteger el patrimonio, de administrar centros culturales, de pensar y hacer por otros y para otros, de educar o motivar a la comunidad, desprendiéndose del individualismo.

En cuanto al financiamiento este puede provenir de patrocinios de casas de cultura, del municipio, siempre y cuando se maneje como donaciones económicas, donde prevalezca, como hemos dicho, la autonomía hacia el manejo de la estación de radio. Sin embargo, es factible la creación de un fondo de bienestar popular: "Tequio", con este la población participante en el proyecto podrá aportar recursos necesarios para la emisora, desde material didáctico, fonográficos hasta donaciones económicas.

5.5 ASPECTOS TÉCNICOS.

Lista de materiales para instalar una estación de radio.

Transmisión.

- Transmisor.
- Preamplificador de radiofrecuencia 10Watts
- Amplificador de radiofrecuencia 30Watts.
- Antena de radiofrecuencia de alta ganancia.

Equipo de sala.

Expansor, compresor, limitador (Peavey CEL 2) 1
Ecuilizador gráfico dual 15 bandas (Peavey Q 215) 2
Mezcladora 12 canales (Mackie MS1202-VLZ)
Micrófonos: Tres micrófonos dinámicos Shure SM58 ó
un micrófono de condensador Neumann U 47

Deck profesional.

Reproductor de CD profesional.

Tornamesa profesional.

Un par de monitores de estudio 100W (Peavey Impulse II)

Atriles.

Misceláneos.

Cables:

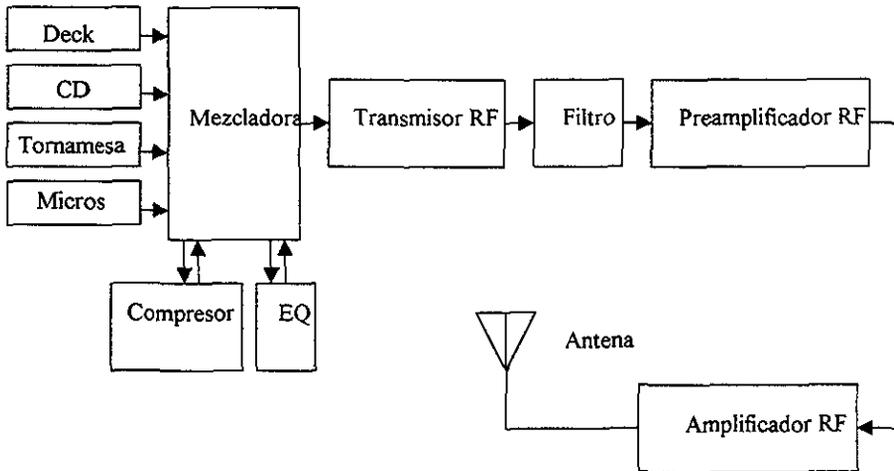
RG 8 con terminales PL259.

RCA-plug 3 1/2.

Cables para Micrófono XRL (canon)

Regulador voltaje.

Diagrama de bloques.



NOTA.

*Este material se puede comprar de algún fabricante por Internet o bien se puede mandar a fabricar con algún perito radioaficionado.

1,2 Este material no es indispensable, pero mejoraría enormemente la calidad de transmisión al aire.

Taller de Radio.

Requerimientos para cabina de radio

Estimación.

| | |
|--|------------------|
| 1 Consola muda de 24 canales | \$ 4 mil |
| 1 Snake de 24 canales (3 metros) | \$ 1000 |
| 1 Equalizador gráfico de 24 bandas | \$ 3 mil |
| 1 Compresor, expansor, limitador | \$ 6 mil |
| 1 Par de monitores | \$ 8 mil |
| 2 Micrófonos omnidireccionales con pedestal aéreo y suspensión | \$ 10 mil |
| 4 Micrófonos direccionales Shure SM-58 | \$ 1300 cada uno |
| 4 Pedestales para micro | \$ 300 cada uno |
| 2 Suspensiones para micrófono omnidireccional | \$ 250 cada uno |
| 2 Reproductores de CD profesionales | \$ 2500 cada uno |
| 2 Decks profesionales | \$ 1000 cada uno |
| 2 Tomamesas profesionales | \$ 600 cada una |

Misceláneos:

| | |
|--|-----------------|
| Cables para micro | \$ 180 cada uno |
| Cables para conectar reproductores (RCA, XRL, PLUG). | \$ 50 cada uno |

Opcional pero altamente recomendable:

1 PC (se sugiere procesador K6 II a 500 MHz, 128 Mb de RAM, 20 Gb en disco duro, tarjeta de sonido sound blaster 32 bits profesional, un drive 3 1/4, Cd-ROM 52 X) cuyo costo aproximado es de \$ 10 mil .

Adaptaciones necesarias del inmueble que albergará la emisora

Lineamientos Generales.

Apegados a las normas de ingeniería y a las disposiciones que se derivan de los convenios y acuerdos de orden internacional, suscritos por la SECRETARIA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, se observarán los lineamientos siguientes:

- a) La instalación de la estación radiodifusora deberá apegarse a las normas técnicas vigentes.
- b) La estación deberá operar a la frecuencia y potencia asignada por la SCT.
- c) La radiodifusora deberá tener equipo de medición y prueba asignada por la SCT.
- d) Deberán elaborarse y presentarse ante la SCT, las memorias descriptivas del equipo y las instalaciones del transmisor para su estudio y aprobación.
- e) La estación radiodifusora debe contar con un responsable técnico autorizado por la SCT.
- f) Toda la documentación técnica que se presente ante SCT, deberá estar firmada por un perito en radiodifusión con registro vigente.

1.- Áreas principales:

- a) Dirección
- b) Área secretarial y sala de espera
- c) Fonoteca
- d) Producción
- e) Investigación y biblioteca
- f) Taller de mantenimiento y almacén
- g) Cabina de transmisión
- h) Cabina de locución y estudio
- i) Planta de transmisión

2.- Otras necesidades:

- a) Aire acondicionado
- b) Teléfono

- c) Acondicionamiento acústico de cabinas
- d) Base para instalación de torre

3.- Características generales del área de cabinas.

Las ventanas deben ser de doble cristal de 9mm, sellando los cristales perfectamente para evitar la vibración. Las puertas de acceso a las cabinas deben cerrar herméticamente como las de refrigeración y deben construirse de madera con doble bastidor dejando una cámara de aire entre cada una y rellanando los huecos de los bastidores internos con fibra de vidrio o algún material de alta densidad.

Para lograr un aislamiento del ruido exterior los muros interiores se revestirán con un tratamiento acústico, la instalación del aire acondicionado deberá contemplar trampas acústicas y se debe tomar en cuenta la instalación de ductos para el cableado de audio bajo el recubrimiento acústico.

5.6 ASPECTOS LEGALES.

Deberán cubrirse, para la operación de la emisora, los requisitos preliminares para el otorgamiento de un permiso para instalar y operar una estación de radiodifusión sonora que a continuación se enlistan.

Requerirán permiso las estaciones Oficiales, Culturales, de Experimentación, Escuelas Radiofónicas o las que establezcan las Entidades y Organismos Públicos para el cumplimiento de sus fines y servicios.

Los permisos sólo podrán otorgarse a Ciudadanos Mexicanos y entidades u Organismos Públicos.

1.- Comprobación de la nacionalidad y ciudadanía mexicana.

- a) Las personas físicas lo harán mediante copia certificada del acta de nacimiento o cualquier otro documento que haga prueba plena.

b) En caso de asociaciones mediante copia certificada de las actas de nacimiento de cada uno de los miembros del órgano supremo de dicha asociación.

2.-Comprobar la legal constitución, fines y naturaleza de la asociación civil, mediante copia certificada del documento correspondiente.

3.- Cuando la solicitud la firme persona distinta del solicitante, se deberá acreditar la personalidad y facultades de la persona quién formula la solicitud en representación del solicitante.

4.- Original del currículum vitae del solicitante.

5.- Carta compromiso sobre la programación que se difundirá a través de la estación, en la que se especifique el género y horario de transmisión.

6.- Carta compromiso de no comercializar o insertar patrocinios durante las transmisiones de la estación.

7.- Documento que acredite el legal uso del terreno o inmueble donde pretenda instalarse la estación.

8.- Documento en el que se manifieste los propósitos generales que animan al solicitante para establecer una estación radiodifusora; en la que se describan las condiciones sociales y económicas que prevalecen en la localidad donde se pretenda operar la estación.

9.- Proyecto de inversión para la instalación y operación de la estación.

10.- Especificación del origen de los recursos con que se financiará la estación, operación y mantenimiento de la emisora, así como compromiso por escrito y calendarizado de las personas que aportaron tales recursos.

11.- Proyecto técnico, conforme a la Norma Oficial Mexicana en cuanto al diseño y ubicación de la estación radiodifusora.

12.- Plano de ubicación (avalado por un perito en radiodifusión) del lugar donde proyecte instalar la planta transmisora de la estación.

13.- Pago de derechos por el estudio de la solicitud, de conformidad a los artículos 1,2,3,124 fracción 1 inciso a) y 130 de la Ley Federal de Derechos de Autor.”

Es conveniente señalar que el cumplimiento de los requisitos, no implica de ninguna manera el permiso ni la autorización para instalar la estación, toda vez que están sujetos a un estudio y a la opinión de la Secretaría de Gobernación; además de disponibilidades técnicas para el uso y aprovechamiento del Espectro Radioeléctrico en la población de interés.

CONCLUSIONES

La modernización de nuestro planeta, acompañada de una revolución tecnológica, industrial, comunicativa, electrónica y comercial, desgraciadamente no se refleja en una mejoría de la calidad de vida.

El "fin de la historia", es decir, un modelo regido exclusivamente por las fuerzas del mercado y sin intervención reguladora del Estado, mostró en menos de dos décadas enormes costos sociales.

Sólo una estrategia integradora de las necesidades personales, sociales y políticas permitirá una salida digna a las dificultades. Esto significa basar el desarrollo económico en rasgos culturales, estructuras sociales consolidadas y prácticas políticas democráticas.

De este modo, el caso de Juchitán muestra claramente que una sociedad basada en la calidad de vida, el autoconsumo y abasto, el cuidado de la salud, la seguridad individual y social, entre otros factores, disminuye los efectos de la crisis.

Poner énfasis en el prestigio social y el bienestar, todo ello dentro de un marco de seguridad cultural donde los integrantes de dicha sociedad puedan hacer las cosas, conocer las obligaciones ante las personas con menores recursos y mayor número de necesidades.

Es interesante observar que los procesos políticos de Juchitán están impregnados profundamente por dicha cultura. Podría parecer que el matriarcado, abocado a resolver problemas de la vida concreta, no permitiría el desarrollo de modelos "macromundiales"; sin embargo, garantiza participación democrática real de cada uno de los ciudadanos, seguridad física, tranquilidad con respecto al futuro e integración de todos aquellos elementos como niños minusválidos, homosexuales, enfermos o pobres que por sí solos no podrían sobrevivir en un contexto de libre mercado y deficiente seguridad social.

En términos generales, se puede decir que la economía autogestiva, basada en intercambios de bienes alimenticios y calidad de vida, alivia en mucho al conjunto social frente a adversidades macroeconómicas, fomenta procesos autogestivos de participación democrática, garantiza el futuro inmediato de los grupos vulnerables y crea condiciones de estabilidad social y seguridad individual, mediante procesos de redistribución de los excedentes entre los más necesitados y el conjunto de la sociedad.

La cultura dominante no es un hecho fortuito, sino que tiene un gran proceso de creación y cultivo entre los ideólogos de las clases dominantes, es decir, está organizada y tiene la finalidad de sostener ideológicamente e imponer una visión del mundo, con ello impide que las clases dominadas organicen su propia cultura, su realidad social. La cultura dominante deja fuera a la de las clases dominadas y busca imponerse por todos los medios posibles como proyecto único, haciendo a un lado cualquier otro intento. Sin embargo, las culturas regionales son proyectos de civilización en sí mismas y no provienen de las formas de dominación, a pesar de sus influencias.

Las culturas regionales por su impedimento de concretarse como proyectos de sí mismas y contribuir a lo nacional, están presentes, es decir, son la potencialidad cultural del país, sin tener en sus manos los espacios suficientes en medios televisivos, radiales, editoriales, de prensa.

En Juchitán y en el Istmo hay una cultura que se resiste a morir, por el contrario, se mantiene mediante su propia recreación. No tiene los medios de comunicación con los cuales se difundiera de manera notable, pero no por eso se estanca. Se mantiene una casa de cultura y su riqueza pictórica, aunado a los logros del Ayuntamiento Popular en la década de los 80, como sería la Radio Ayuntamiento, siendo éstos muestra, intentos o contrapropuestas por cambiar a la cultura oficial y dominante; una crítica ante todo, al sistema.

La cultura popular la entendemos como aquellas creaciones emanadas directamente de las clases populares, de sus tradiciones propias y locales, de su genio

creador cotidiano. La cultura istmeña y, en particular, la juchiteca, ha adoptado un nuevo espíritu crítico, por eso ha podido renacer con pensamiento auténtico que se enfrenta a la dominación y enajenación nacional, en la que colaboran los medios de comunicación tradicionales. Su autenticidad le permite ser crítica y tener una conciencia colectiva.

El espíritu y correspondencia de unos con los otros, es con lo que se ha enfrentado la modernización capitalista y no ha podido desterrar. Al paso de los años, la población de Juchitán ha logrado impulsar la cooperación, la ayuda, el respeto hacia sus tradiciones, sus expresiones sociales, aspiraciones económicas y políticas.

Juchitán se encuentra en constante transición, sin embargo uno de los problemas que enfrenta es una lucha por la integración a la vida nacional, una lucha política por el poder y la autonomía municipal y una autodeterminación regional; un desafío hacia el sistema por una forma democrática de vida, ya que ésta es la que parece más afín al viejo modo de organización zapoteca.

Se debe construir y materializar la organización interna de la comunidad, en escuelas, colonias, bibliotecas, mercados, comités (seccionales, mujeres, jóvenes), publicaciones, así como buscar sus propios medios de expresión y comunicación.

Es así como la radio debe y puede ser en otras circunstancias un instrumento de educación, de información, de fomento cultural, de organización y convivencia, etc. Se toma como base que el gobierno municipal ha entendido la autonomía municipal como la organización de la comunidad bajo intereses internos en donde se mantengan los lazos solidarios y las decisiones se toman al interior de la comunidad, donde el poder popular sea posible.

Otro aspecto importante es la participación que la Cocei ha tenido durante estas décadas, sobretodo en el impulso cultural y político, en la conciencia colectiva, con cambios organizativos, en las tomas de decisiones grupales, en el mantenimiento de la

lengua y la cultura como esencias de unidad y de conciencia, en la participación de la mujer en las decisiones sociales

La cultura zapoteca contiene una sustancia rebelde y crítica ante los diversos acontecimientos. En Juchitán, la unidad y la reciprocidad entre cultura y política es lo que hace mantener los lazos organizativos para una nueva relación entre los miembros de la sociedad. La cultura, la expresión, por diversas formas, tienen que ser el motor social de una nueva forma de libertad, en donde las ideas comunales prevalezcan y se difundan, donde se luche por el reconocimiento en todos los ámbitos.

El bilingüismo (español y zapoteco), la conciencia propia, la organización interna, las formas de movilización, las publicaciones, la casa de cultura, los artistas, los intelectuales, los dirigentes, las bases servirán para consolidar un poder popular.

La radio, como medio de comunicación, debe apoyar este desarrollo comunitario, donde su objetivo principal sea el dar voz a los que no la tienen, a difundir las expresiones que la mayoría de las veces son calladas, a participar dentro de la vida social y cultural de la población.

Estamos a tiempo de construir una sociedad verdaderamente democrática, donde la expresión también se dé en nuestros propios medios de comunicación, donde tengamos nuestras herramientas de consolidación y desarrollo.

MARCO LEGAL DE LA RADIO.

Las estaciones radiofónicas como cualquier otro medio de comunicación social, se encuentran regidas por una serie de normas, leyes y reglamentos que regulan su funcionamiento. Parte de esas disposiciones se orientan a legislar sobre los contenidos de las emisiones, mientras que otras lo hacen sobre la operación técnica.

Considerando que cada país y cada sociedad establecen sus leyes y normas de acuerdo a sus necesidades e intereses, las disposiciones jurídicas en materia de comunicación surgen, generalmente, de la ley fundamental de cada nación, constitución o carta magna, toda vez que en la misma existe, cuando menos, un artículo que se refiere a la libre expresión de las ideas.

Cabe destacar que esa garantía suele ir acompañada del derecho que tiene la sociedad a estar debidamente informada, es decir del "derecho a la información".

A continuación se presentan los artículos sexto y séptimo de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, referentes a la libertad de expresión y al derecho a la información.

ARTICULO 6o. La manifestación de las ideas no será objeto de ninguna inquisición judicial o administrativa, sino en el caso de que ataque a la moral, los derechos de tercero, provoque algún delito o perturbe el orden público. El derecho a la información será garantizado por el Estado.

ARTICULO 7o. Es inviolable la libertad de escribir y publicar artículos sobre cualquier materia. Ninguna ley ni autoridad puede establecer la previa censura ni exigir fianza a los autores o impresores, ni coartar la libertad de imprenta, que no tiene más límite que el respeto a la vida privada, a la moral y a la paz pública. En ningún caso podrá secuestrarse la imprenta como instrumento de delito. Las leyes orgánicas dictarán cuantas disposiciones sean necesarias para evitar que so pretexto de las denuncias por

delito de prensa, sean, encarcelados los expendedores "papeleros", operarios y demás empleados del establecimiento donde haya salido el escrito denunciado, a menos que se demuestre previamente la responsabilidad de aquellos.

Es conveniente aclarar que los artículos antes mencionados constituyen, en mayor medida, un escudo para defender la libertad de expresión.

De las disposiciones generales se desprenden, de manera directa o indirecta, las leyes que, en el caso que nos ocupa, reglamentan específicamente la radiodifusión. En México corresponde a la Ley Federal de Radio y Televisión (LFRT) normar directamente el funcionamiento operativo y técnico de esos medios.

El cumplimiento de dicha legislación, promulgada en 1960, es responsabilidad fundamental de dos dependencias de gobierno: de la Secretaría de Gobernación o del Interior y de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes. La primera de ellas vigila y controla por la vía del monitoreo que el contenido de los mensajes radiofónicos se ajuste a las normas existentes en la materia, pero igualmente garantiza el pleno cumplimiento de los derechos constitucionales en el ámbito de la comunicación y de las demás leyes y reglamentos referentes a la radiodifusión. También a la Secretaría de Gobernación le compete la coordinación y el funcionamiento de las estaciones de radio del Gobierno Federal, como se estudiará más adelante (artículo 10).

La segunda secretaría de Estado, la de Comunicaciones y Transportes, es la encargada de que las emisoras se ajusten a los lineamientos técnicos, desde su previa instalación hasta su funcionamiento. Esta dependencia tiene la facultad de otorgar o revocar concesiones y permisos para la instalación de una emisora de radio, asignándole la frecuencia respectiva -AM, FM u OC- para determinar la naturaleza y el propósito de las propias emisoras, las cuales podrán ser: comerciales, cuando tengan un fin eminentemente lucrativo a través de la venta de su tiempo de transmisión. por lo que se les otorga una concesión (emisora concesionaria); oficiales, las cuales son administradas y operadas ya sea por el gobierno Federal o por los gobiernos Estatal y Municipal;

culturales, administradas y operadas por universidades o casas de cultura y de experimentación. A las emisoras oficiales, culturales y de experimentación, se les otorga un permiso (permisión), aunque en el caso de México el Estado opera también emisoras concesionarias (Artículo 9)

A continuación se presentan los artículos fundamentales de la Ley Federal de Radio y Televisión Mexicana:

TITULO PRIMERO. PRINCIPIOS FUNDAMENTALES.

ARTICULO 1º. Corresponde a la nación el dominio directo de su espacio territorial y, en consecuencia, del medio en que se propagan las ondas electromagnéticas. Dicho dominio es inalienable e imprescriptible.

ARTICULO 2º. El uso del espacio a que se refiere el artículo anterior, mediante canales para la difusión de noticias, ideas e imágenes, como vehículos de información y de expresión, sólo podrá hacerse previa concesión o permiso que el Ejecutivo Federal otorgue en los términos de la presente ley.

ARTICULO 4º. La radio y la televisión constituyen una actividad de interés público, por lo tanto el Estado deberá protegerla y vigilarla para el debido cumplimiento de su función social.

ARTICULO 5º. La radio y la televisión tienen la función social de contribuir al fortalecimiento de la integración nacional y al mejoramiento de las formas de convivencia humana.

ARTÍCULO 6º. En relación con el artículo anterior, el Ejecutivo Federal por conducto de las Secretarías y Departamentos de Estado, los Gobiernos de los Estados, los Ayuntamientos y los organismos públicos, promoverán la transmisión de programas de

divulgación con fines de orientación social, cultural y cívica.

TITULO SEGUNDO. JURISDICCION Y COMPETENCIAS.

ARTICULO 9º A la Secretaría de Comunicaciones corresponde:

I. Otorgar y revocar concesiones y permisos para estaciones de radio, asignándoles la frecuencia respectiva.

ARTICULO 10º. Compete a la Secretaría de Gobernación:

I. Vigilar que las transmisiones de radio y televisión se mantengan dentro de los límites del respeto a la vida privada, a la dignidad personal y a la moral, y no ataquen los derechos de terceros, ni provoquen la comisión de algún delito o perturben el orden y la paz públicos.

III. Coordinar el funcionamiento de las estaciones de radio y televisión pertenecientes al Gobierno Federal.

IV. Imponer las sanciones que correspondan a sus atribuciones y denunciar los delitos que se cometan en agravio de las disposiciones de esta ley.

ARTICULO 11. A la Secretaría de Educación Pública compete:

I. Promover y organizar la enseñanza a través de la radio y la televisión.

II. Promover la transmisión de programas de interés cultural y cívico.

III. Promover el mejoramiento cultural y la propiedad del idioma nacional en los programas que difundan las estaciones de radio y televisión.

ARTICULO 12: Compete a la Secretaría de Salubridad y Asistencia:

III Promover y organizar la orientación social en favor de la salud del pueblo.

TITULO TERCERO CONCESIONES, PERMISOS (E INSTALACIONES)

ARTICULO 13°. Al otorgar las concesiones o permisos a que se refiere esta Ley, el Ejecutivo Federal, por conducto de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, determinará la naturaleza y propósito de las estaciones de radio y televisión, las cuales podrán ser comerciales, oficiales, culturales, de experimentación, escuelas radiofónicas o de cualquier otra índole.

Las estaciones comerciales requerirán concesión. Las estaciones oficiales, culturales, de experimentación, escuelas radiofónicas o las que establezcan las entidades y organismos públicos para el cumplimiento de sus fines y servicios sólo requerirán permiso.

TITULO CUARTO FUNCIONAMIENTO

CAPITULO TERCERO. PROGRAMACION.

ARTICULO 58. El derecho de información, de expresión y de recepción, mediante la radio y la televisión, es libre y consecuentemente no será objeto de ninguna inquisición judicial o administrativa ni de limitación alguna ni censura previa, y se ejercerá en los términos de la Constitución y de las leyes.

ARTICULO 59. Las estaciones de radio y televisión deberán efectuar transmisiones gratuitas diarias, con duración hasta de 30' minutos continuos o discontinuos, dedicados a difundir temas educativos, culturales y de orientación social.

ARTICULO 64. No se podrán transmitir:

1. Noticias, mensajes o propaganda de cualquier clase, que sean contrarios a la seguridad del Estado o al orden público.

LEY FEDERAL DEL DERECHO DE AUTOR

Título III

De la transmisión de derechos patrimoniales

Capítulo I

Disposiciones Generales

Artículo 39.- La autorización para difundir una obra protegida, por radio, televisión o cualquier otro medio semejante, no comprende la de redifundirla ni explotarla.

Artículo 40.- Los titulares de los derechos patrimoniales y de los derechos conexos podrán exigir una remuneración compensatoria por la realización de cualquier copia o reproducción hecha sin su autorización y sin estar amparada por alguna de las limitaciones previstas en los artículos 148 y 151 de la presente Ley

Capítulo V

Del contrato de radiodifusión

Artículo 66.- Por el contrato de radiodifusión el autor o el titular de los derechos patrimoniales, en su caso, autoriza a un organismo de radiodifusión a transmitir una obra.

Las disposiciones aplicables a las transmisiones de estos organismos resultaran aplicables, en lo conducente, a las efectuadas por cable, fibra óptica, ondas radioeléctricas, satélite o cualquier otro medio análogo, que hagan posible la comunicación remota al público de obras protegidas.

Artículo 67.- Son aplicables al contrato de radiodifusión las disposiciones del contrato de edición de obra literaria en todo aquello que no se oponga a lo dispuesto en este capítulo.

Título IV

De la Protección de Derechos de Autor

Capítulo IV

De los Programas de Computación y Bases de Datos

Artículo 113.-Las obras e interpretaciones o ejecuciones transmitidas por medios electrónicos a través del espectro electromagnético y de redes de telecomunicaciones y el resultado que se obtenga de esta transmisión estarán protegidas por esta Ley.

Artículo 114 -La transmisión de obras protegidas por esta Ley mediante cable, ondas radioeléctricas, satélite u otras similares, deberán adecuarse, en lo conducente, a la legislación mexicana y respetar en todo caso y en todo tiempo las disposiciones sobre la materia.

Título V

De los Derechos Conexos

Capítulo VI

De los Organismos de radiodifusión

Artículo 139.-Para efectos de la presente Ley, se considera organismo de radiodifusión, la entidad concesionada o permitida capaz de emitir señales sonoras, visuales o ambas, susceptibles de percepción, por parte de una pluralidad de sujetos receptores.

Artículo 140.-Se entiende por emisión o por transmisión, la comunicación de obras, de sonidos o de sonidos con imágenes por medio de ondas radioeléctricas, por cable, por fibra óptica u otros procedimientos análogos. El concepto de emisión comprende también el envío de señales desde una estación terrestre hacia un satélite que posteriormente las difunda.

Artículo 141.-Retransmisión es la emisión simultanea por un organismo de radiodifusión de una emisión de otro organismo de radiodifusión.

Artículo 142.-Grabación efimera es la que realizan los organismos de radiodifusión, cuando por razones técnicas o de horario y para el efecto de una sola emisión posterior, tienen que grabar o fijar la imagen, el sonido o ambos anticipadamente en sus estudios, de selecciones musicales o partes de ellas, trabajos, conferencias o estudios científicos, obras literarias, dramáticas, coreográficas, dramático-musicales, programas completos y en general, cualquier obra apta para ser difundida.

Artículo 143.- Las señales pueden ser:

Por su posibilidad de acceso al publico:

Codificadas, cifradas o encriptadas: las que han sido modificadas con el propósito de que sean percibidas y descifradas única y exclusivamente por quienes hayan adquirido previamente ese derecho del organismo de radiodifusión que las emite, y

Libres: las que pueden ser recibidas por cualquier aparato apto para recibir señales, y

Por el momento de su emisión:

De origen: las que portan programas o eventos en vivo, y

Diferidas: las que portan programas o eventos previamente Fijados.

Artículo 144.-Los organismos de radiodifusión tendrán el derecho de autorizar o prohibir respecto de sus emisiones:

La retransmisión;

La transmisión diferida;

La distribución simultanea o diferida, por cable o cualquier otro sistema;

La fijación sobre una base material;

La reproducción de las fijaciones, y

La comunicación publica por medio y forma con fines directos de lucro.

Artículo 146.-Los derechos de radiodifusión a los que se refiere este capítulo tendrán una vigencia de 25 años a partir de la primera emisión o transmisión original del programa.

Título VI

De las Limitaciones del Derecho de Autor y de los Derechos Conexos

Capítulo II

De la Limitación a los Derechos Patrimoniales

Artículo 149.-Podrán realizarse sin autorización:

I - La utilización de obras literarias y artísticas en tiendas y establecimientos abiertos al público, que comercien ejemplares de dichas obras, siempre y cuando no haya cargos de admisión y que dicha utilización no trascienda el lugar en donde la venta se realiza y tenga como propósito único el de promover la venta de ejemplares de las obras, y

II - La grabación efimera , sujetándose a las siguientes condiciones:

La transmisión deberá efectuarse dentro del plazo que al efecto se convenga;

No debe realizarse con motivo de la grabación, ninguna emisión o comunicación concomitante o simultanea, y

La grabación sólo dará derecho a una sola emisión

La grabación y fijación de la imagen y el sonido realizada en las condiciones que antes se mencionan, no obligara a ningún pago adicional distinto del que corresponde por el uso de las obras.

Las disposiciones de esta fracción no se aplicaran en caso de que los autores o los artistas tengan celebrado convenio de carácter oneroso que autorice las emisiones posteriores.

Artículo 150.-No se causarán regalías por ejecución publica cuando concurren de manera conjunta las siguientes circunstancias:

I.- Que la ejecución sea mediante la comunicación de una transmisión recibida directamente en un aparato monoreceptor de radio o tele visión del tipo comúnmente utilizado en domicilios privados;

II - No se efectúe un cobro para ver u oír la transmisión o no forme parte de un conjunto de servicios;

III.- No se retransmita la transmisión recibida con fines de lucro, y

IV.- El receptor sea un causante menor o una microindustria.

Artículo 151.-No constituyen violaciones a los derechos de los artistas, interpretes o ejecutantes, productores de fonogramas, de videogramas u organismos de radiodifusión la utilización de sus actuaciones, fonogramas, videogramas o emisiones cuando:

I.- No se persiga un beneficio económico directo;

II.- Se trate de breves fragmentos utilizados en informaciones sobre sucesos de actualidad;

III.- Sea con fines de enseñanza o investigación científica, o

IV.- Se trate de los casos previstos en los artículos 147,148 y 149 de la presente Ley.

GRÁFICOS DE ENCUESTA APLICADA

GRÁFICO 1

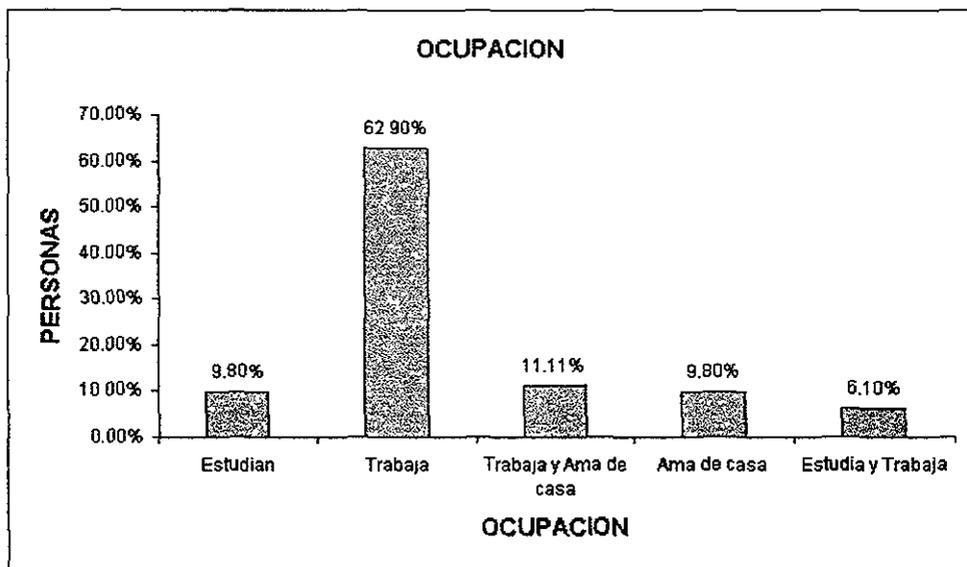


GRÁFICO 2

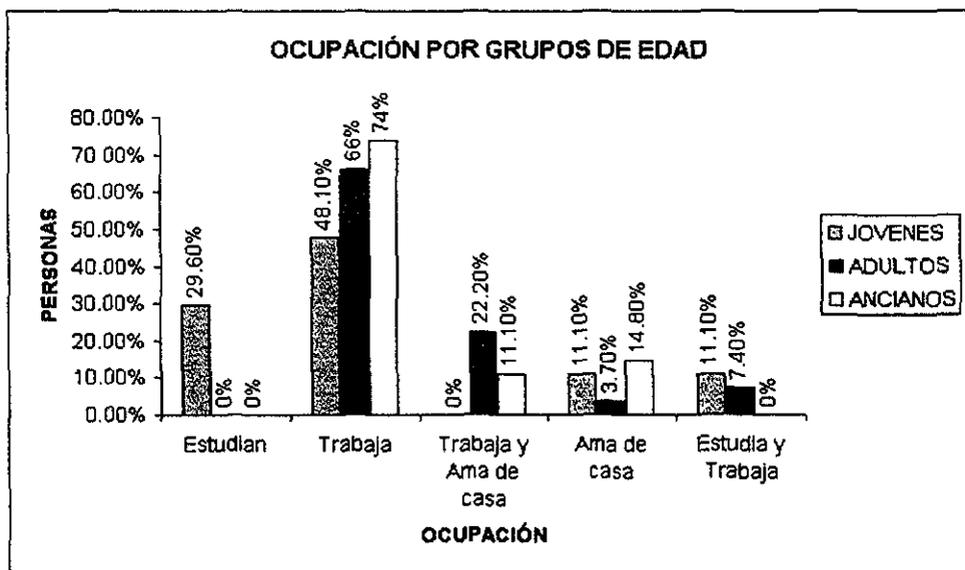


FIGURA 3

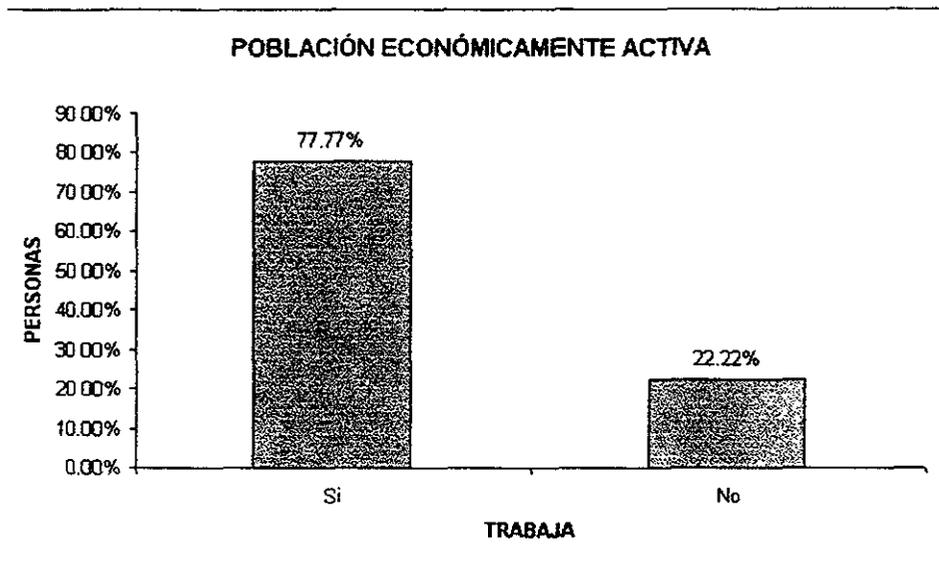


FIGURA 4

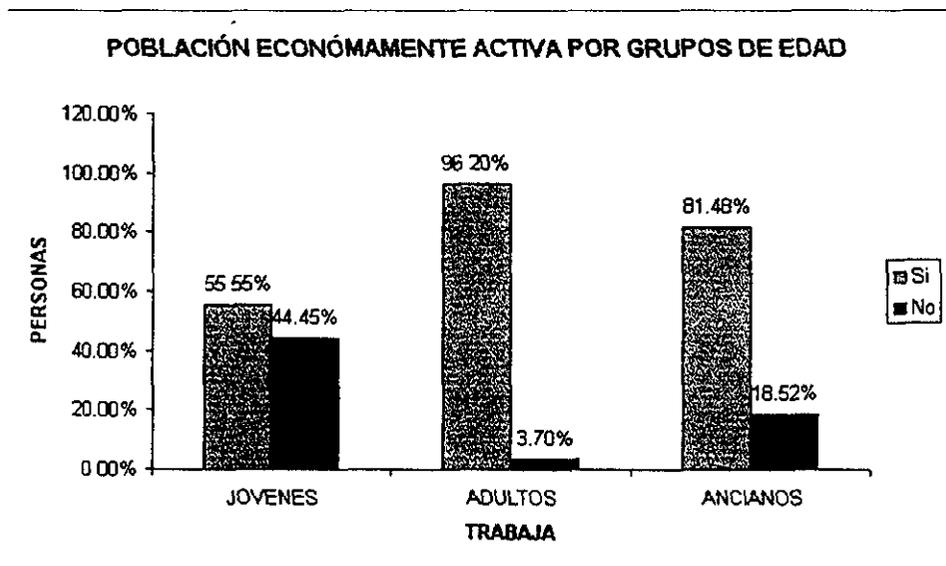


GRÁFICO 5

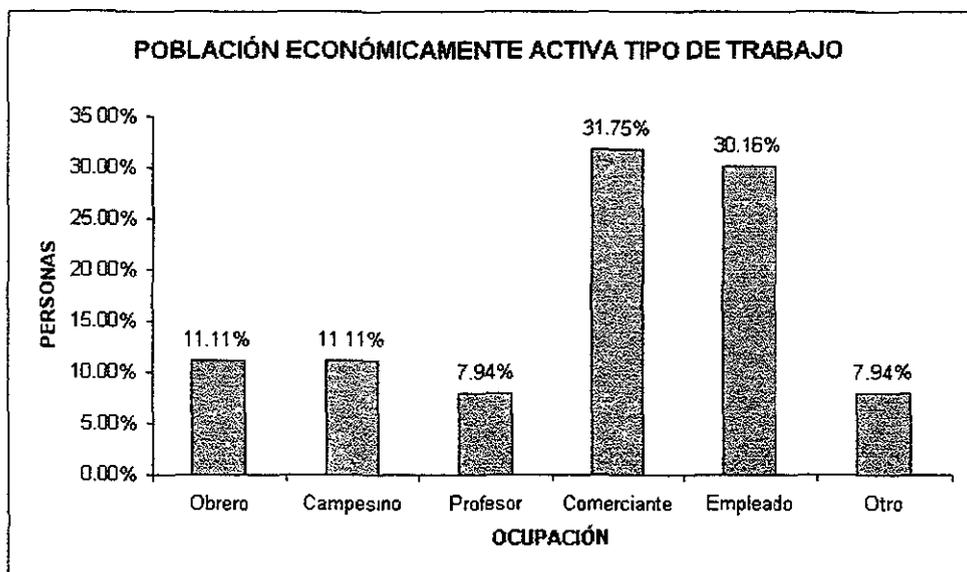


GRÁFICO 6

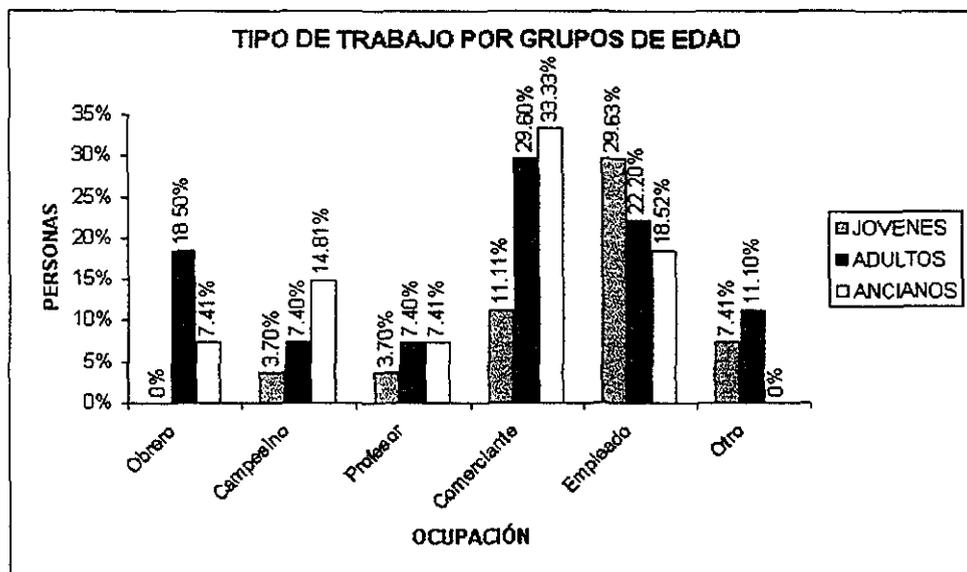


GRÁFICO 7

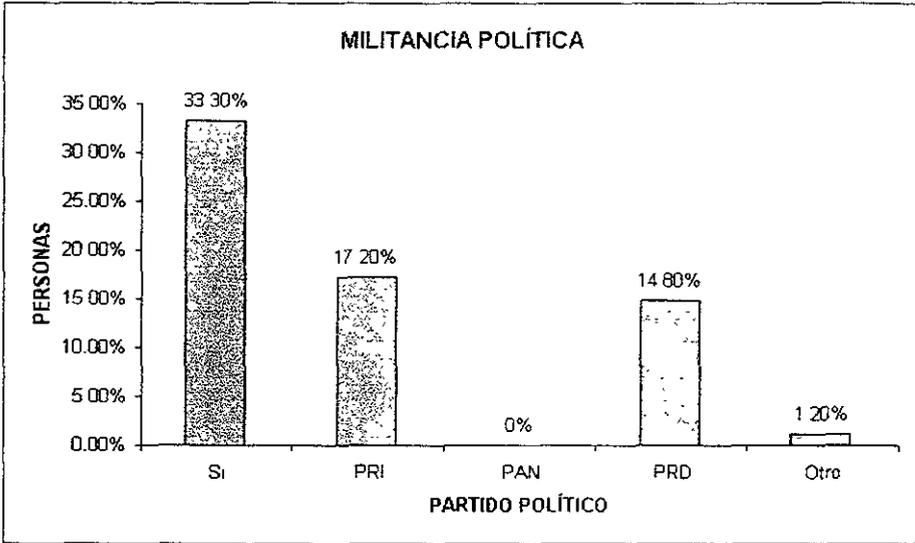


GRÁFICO 8

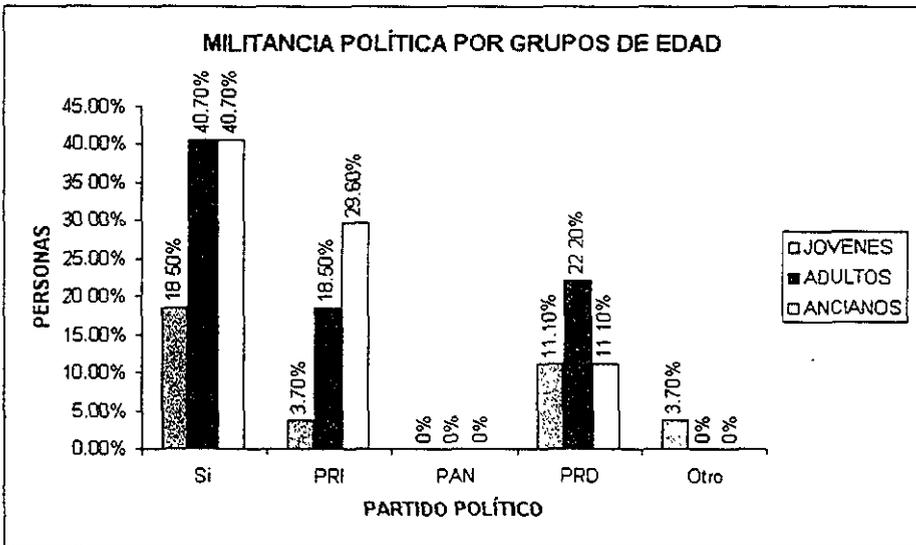


GRÁFICO 9

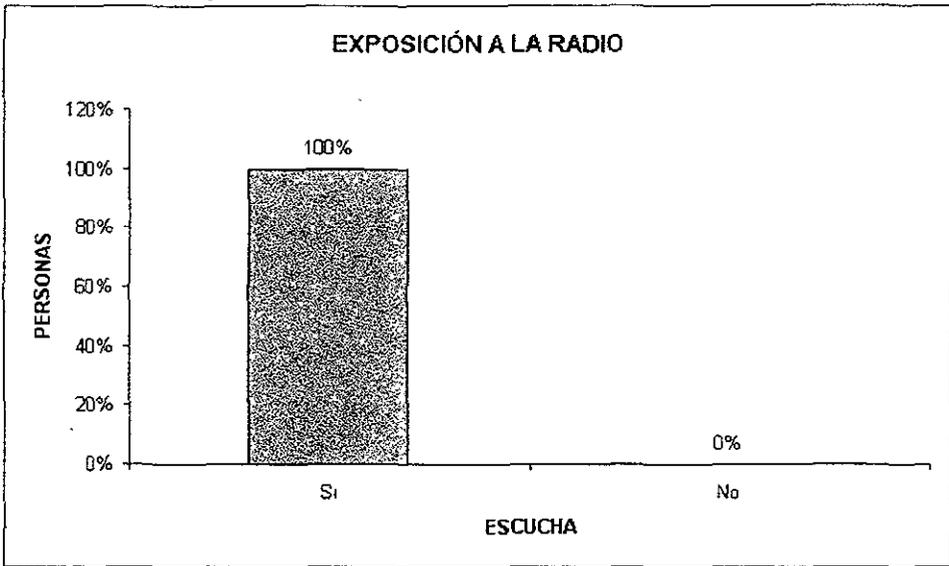


GRÁFICO 10

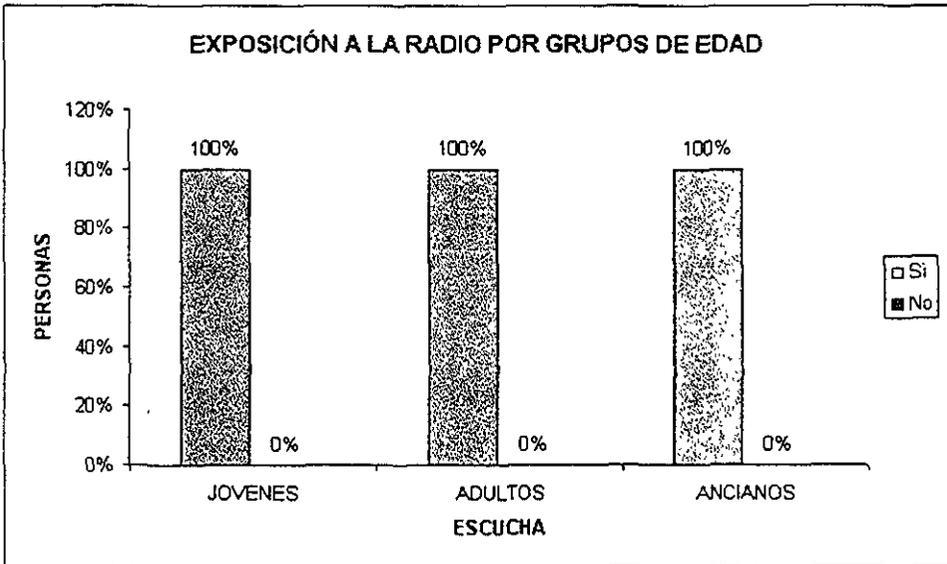


GRÁFICO 11

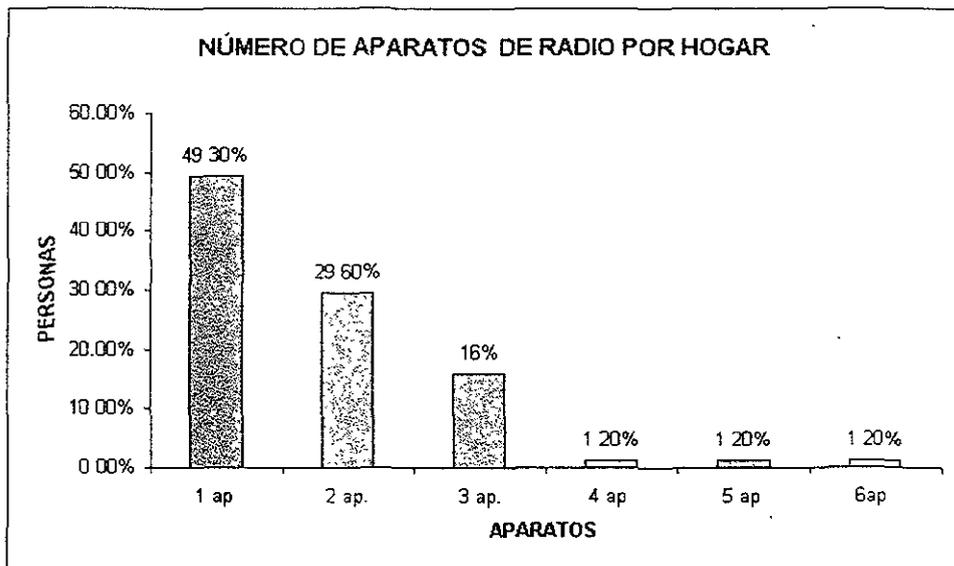


GRÁFICO 12

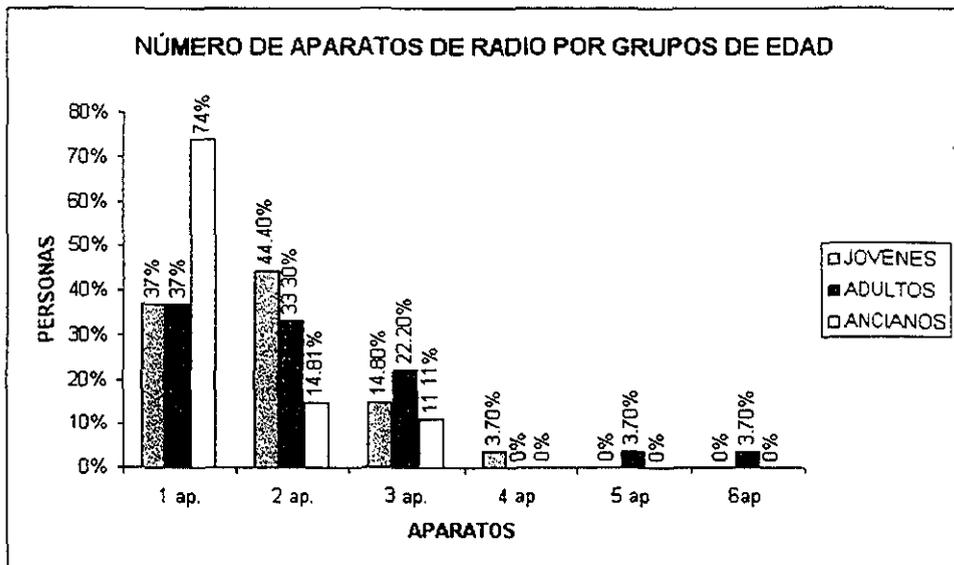


GRÁFICO 13

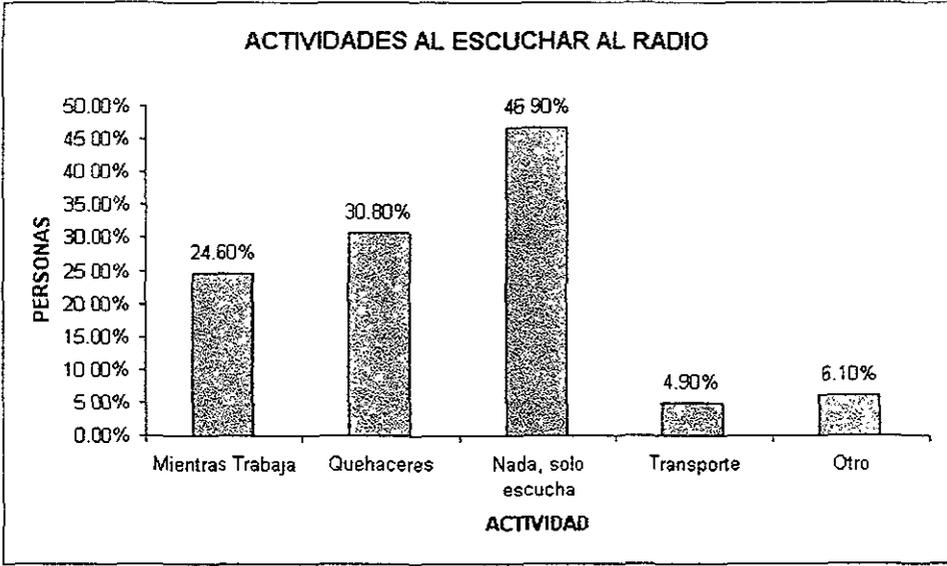


GRÁFICO 14

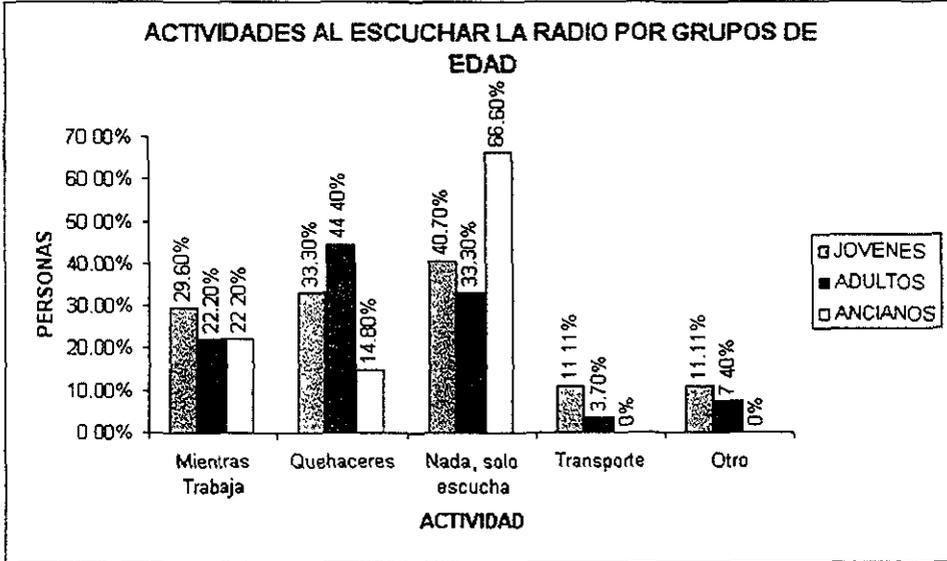


GRÁFICO 15

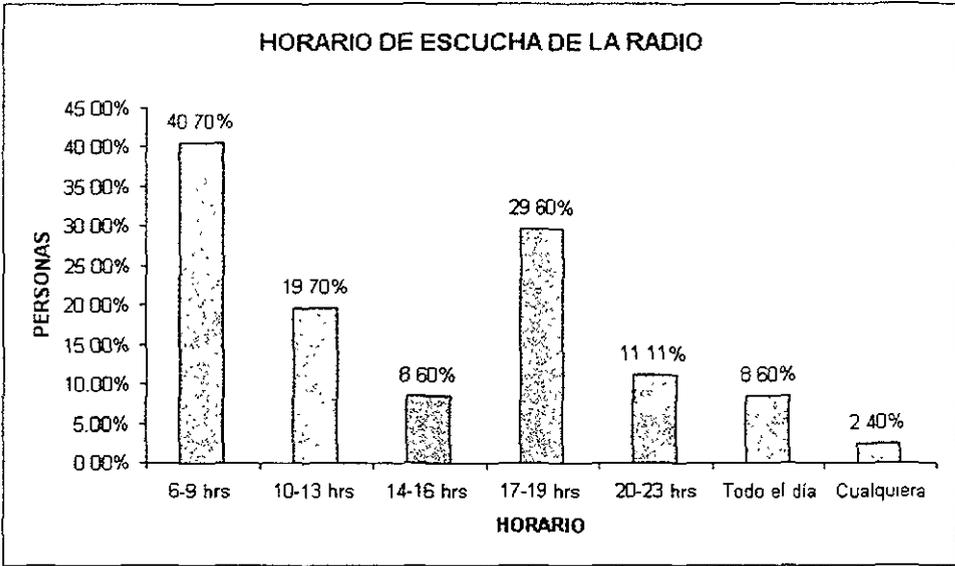


GRÁFICO 16

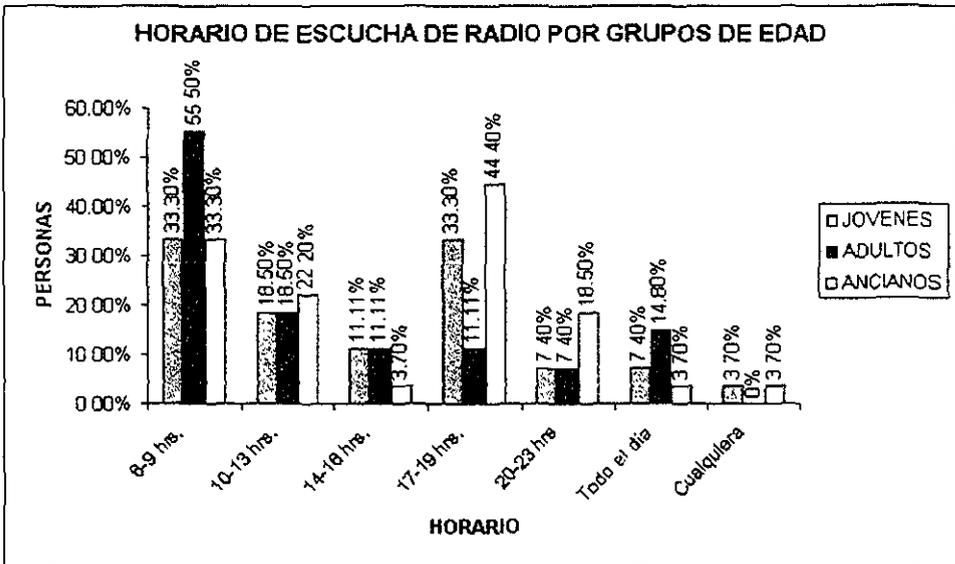


GRÁFICO 17

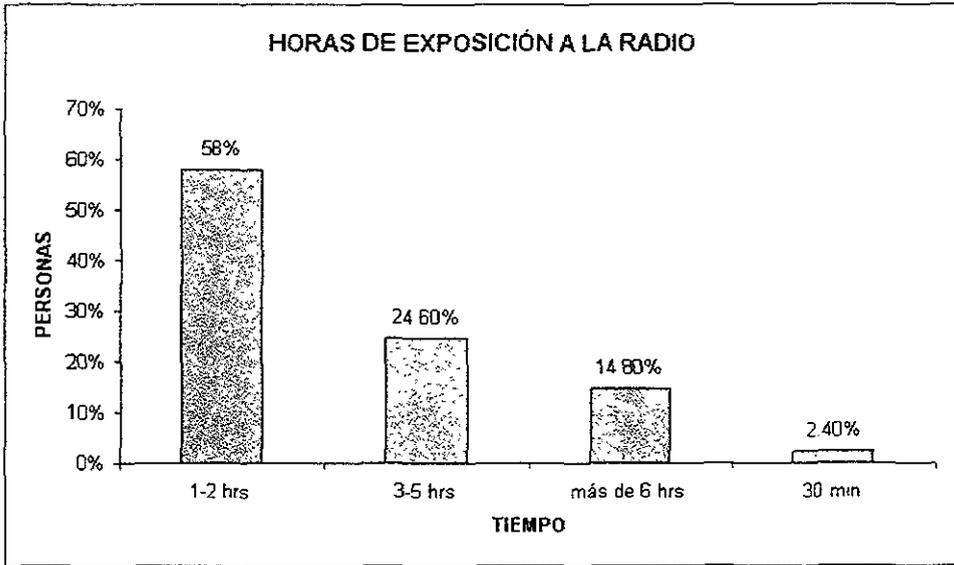


GRÁFICO 18

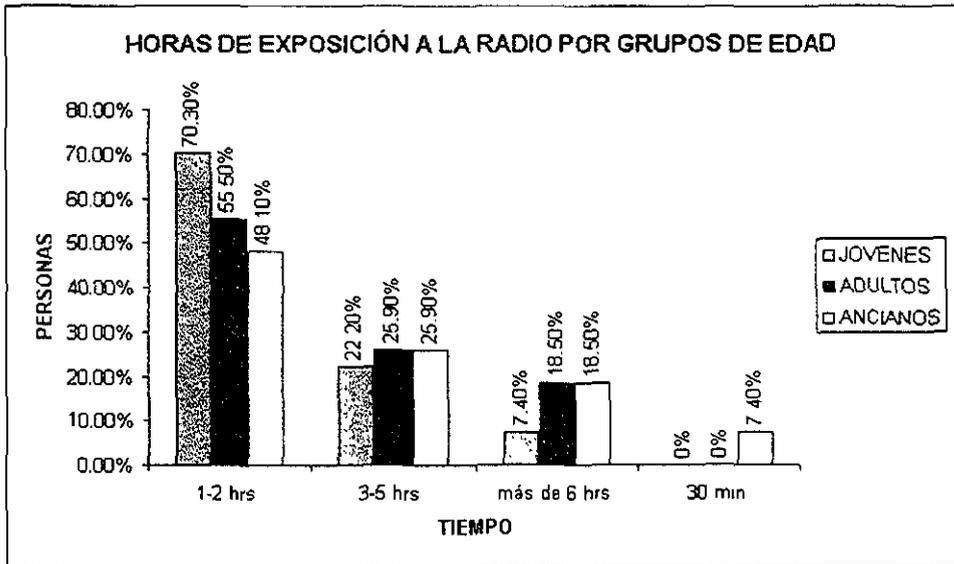


GRÁFICO 19

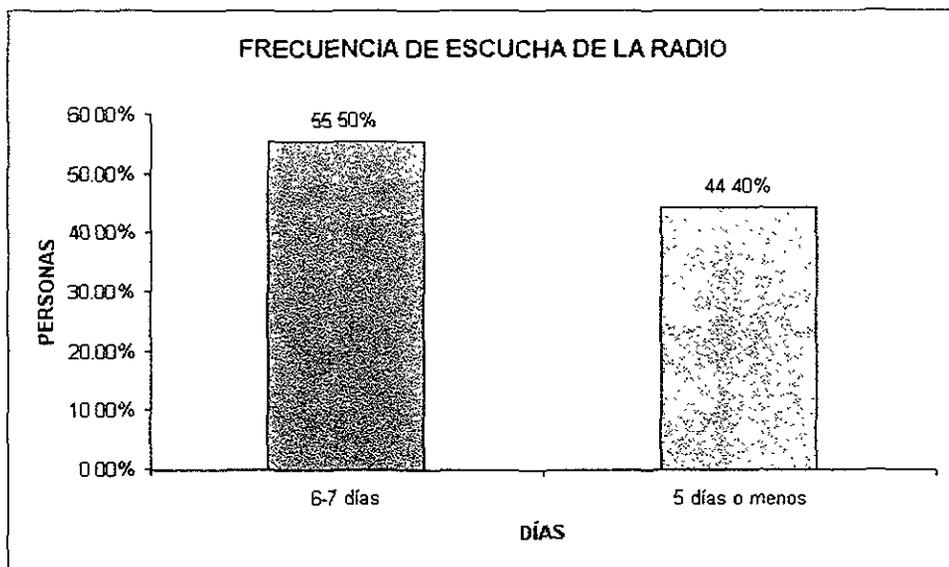


GRÁFICO 20

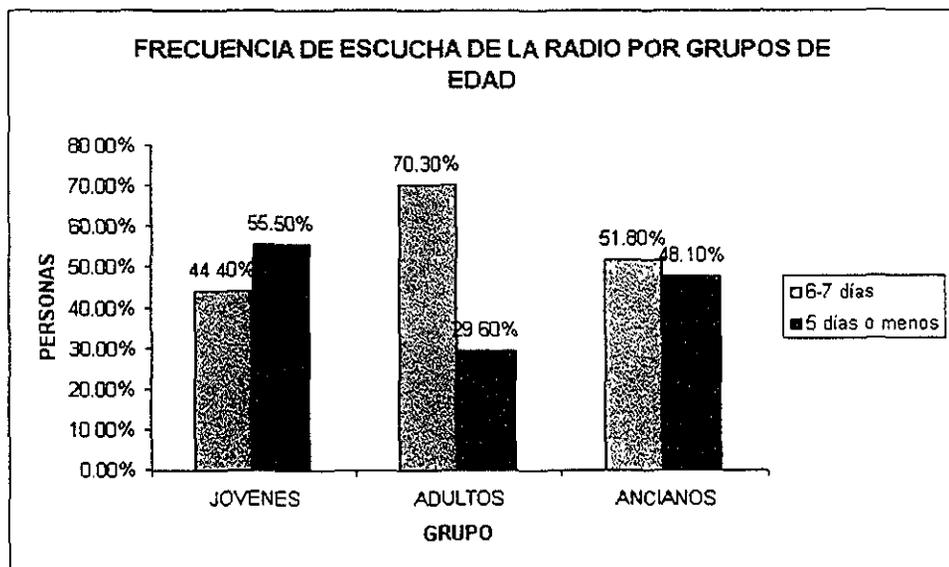


GRÁFICO 21

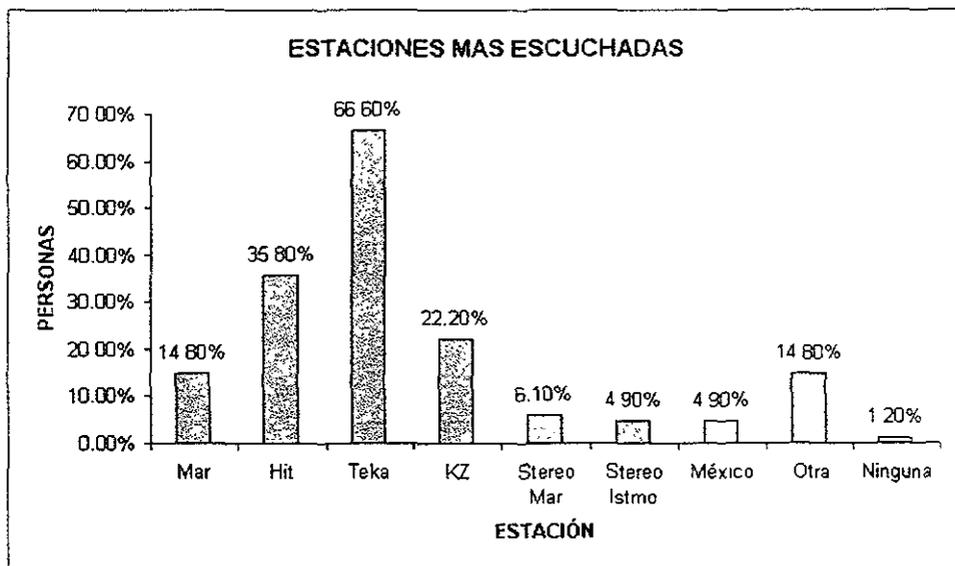
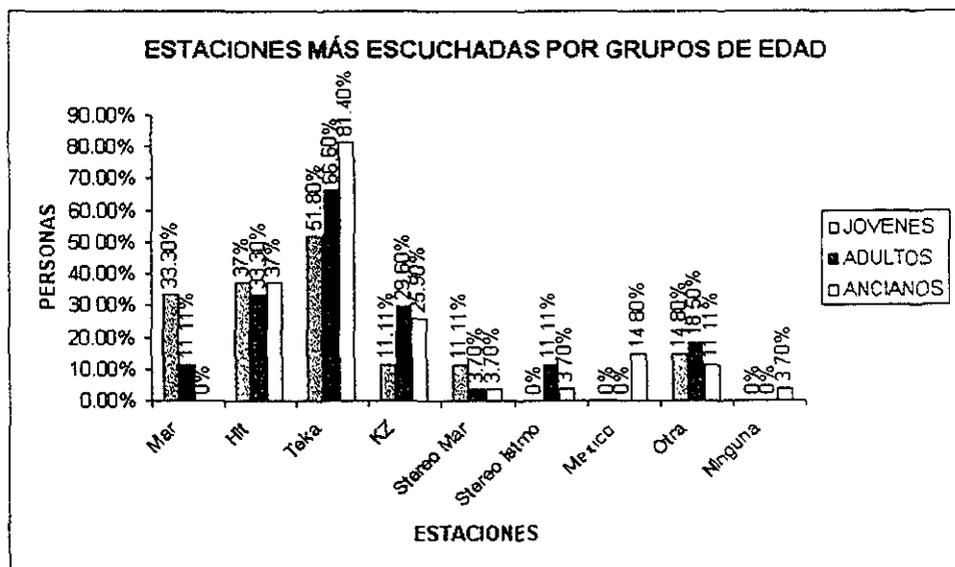
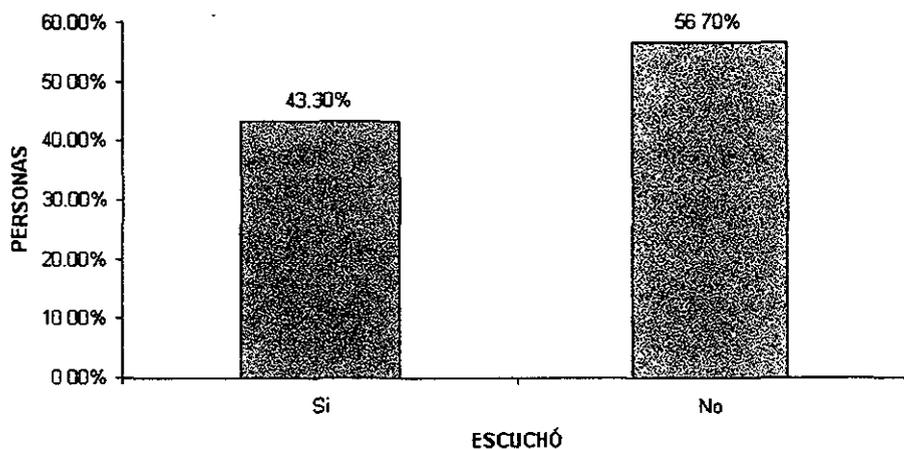


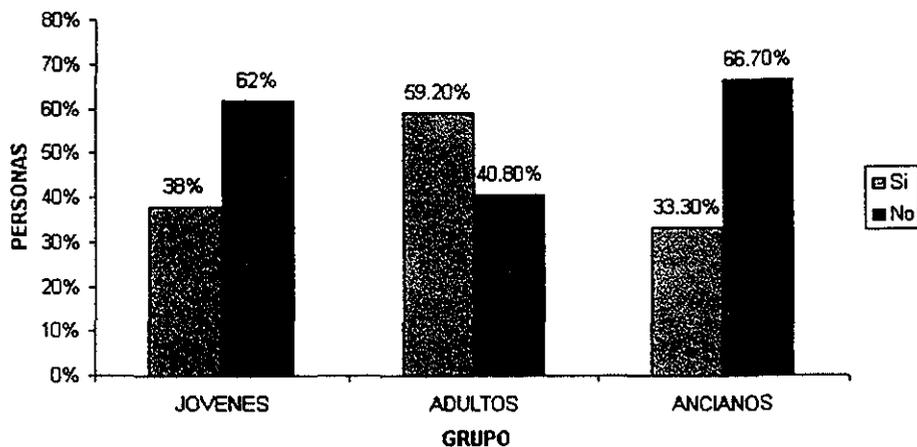
GRÁFICO 22



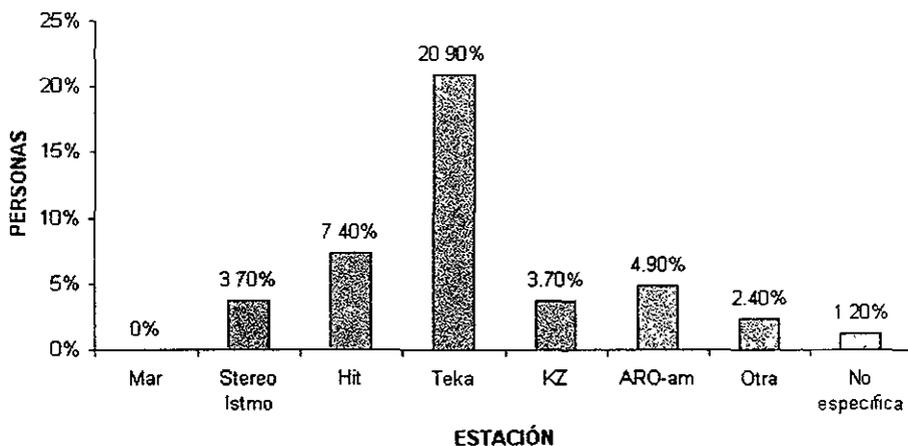
* CONFIRMACIÓN DE ESCUCHA



* CONFIRMACIÓN DE ESCUCHA POR GRUPOS DE EDAD



*** CONFIRMACIÓN DE ESCUCHA POR ESTACIONES**



*** CONFIRMACIÓN DE ESCUCHA POR GRUPOS DE EDAD**

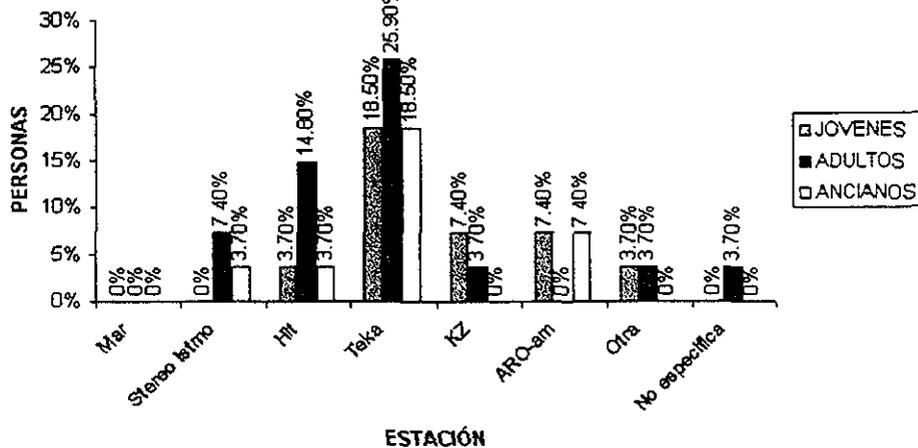


GRÁFICO 23

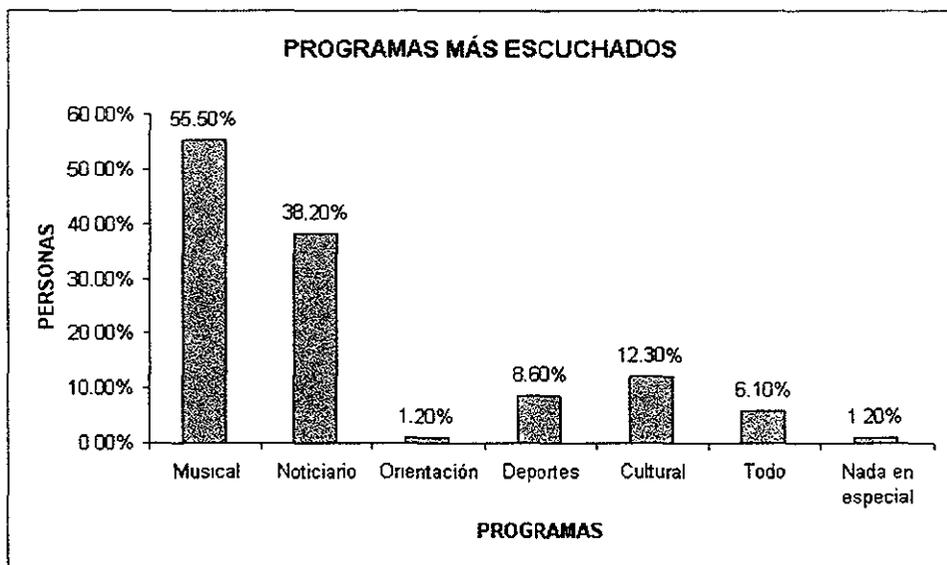


GRÁFICO 24

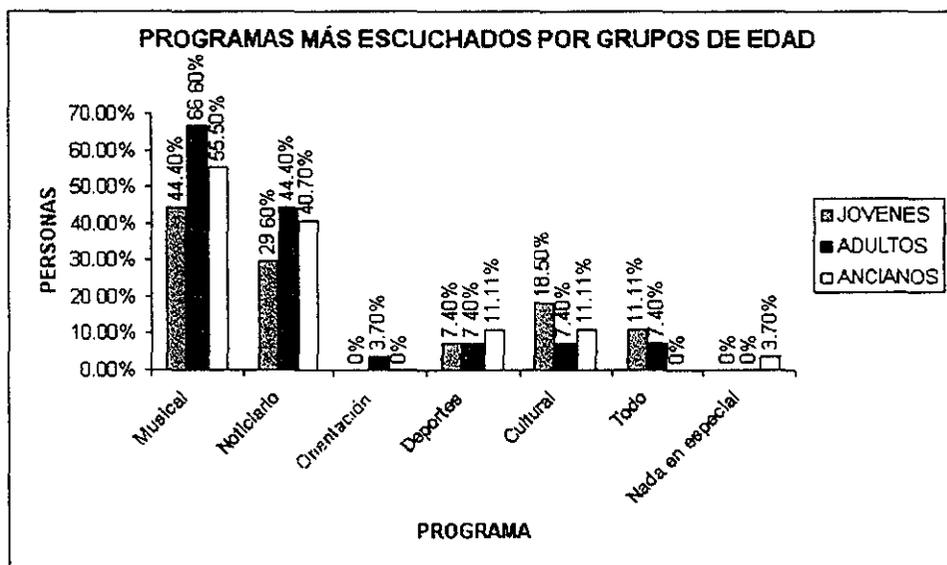


GRÁFICO 25

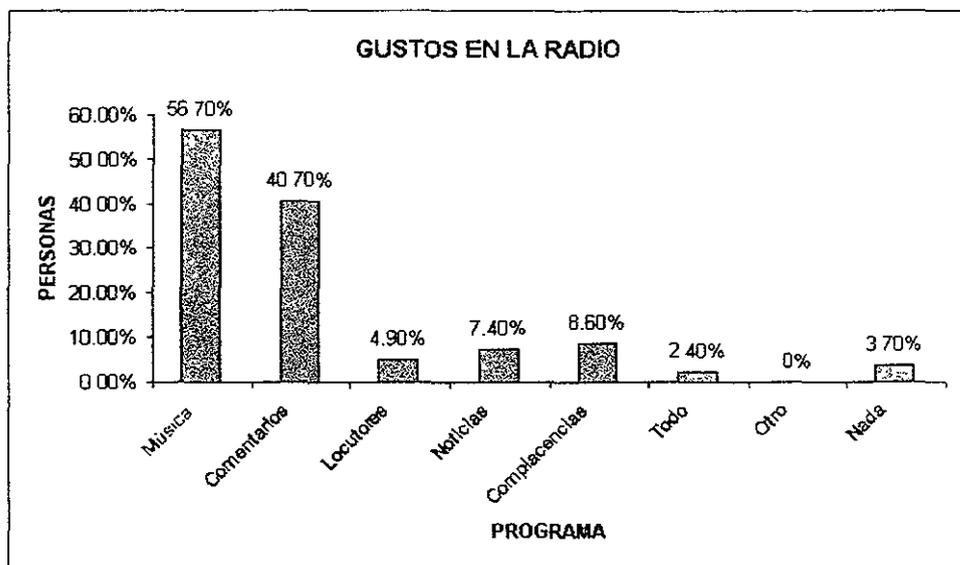


GRÁFICO 26

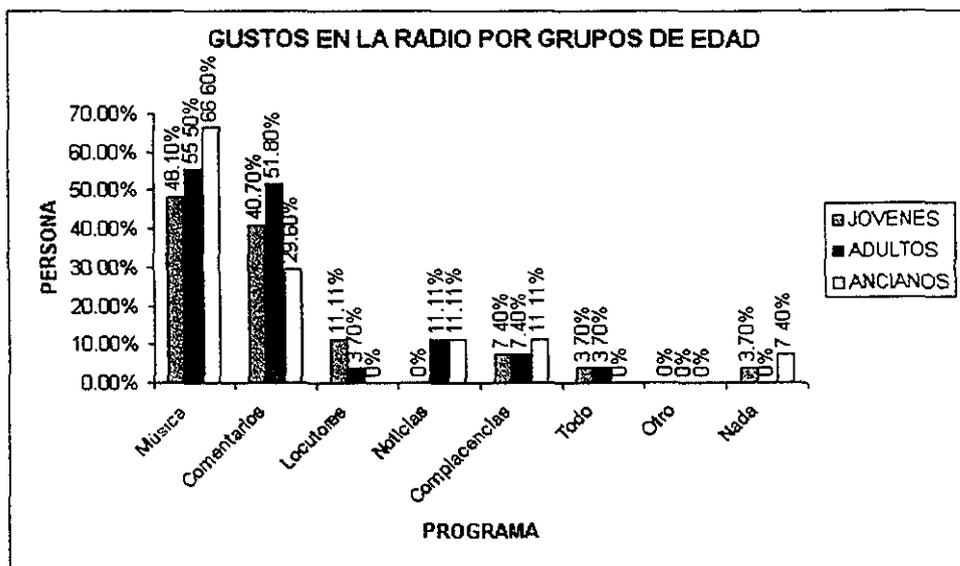


GRÁFICO 27

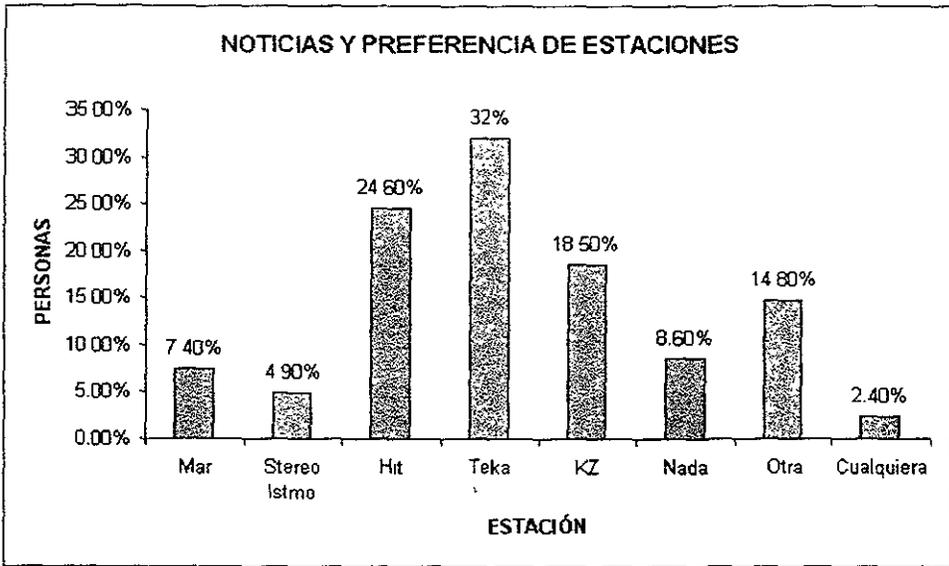


GRÁFICO 28

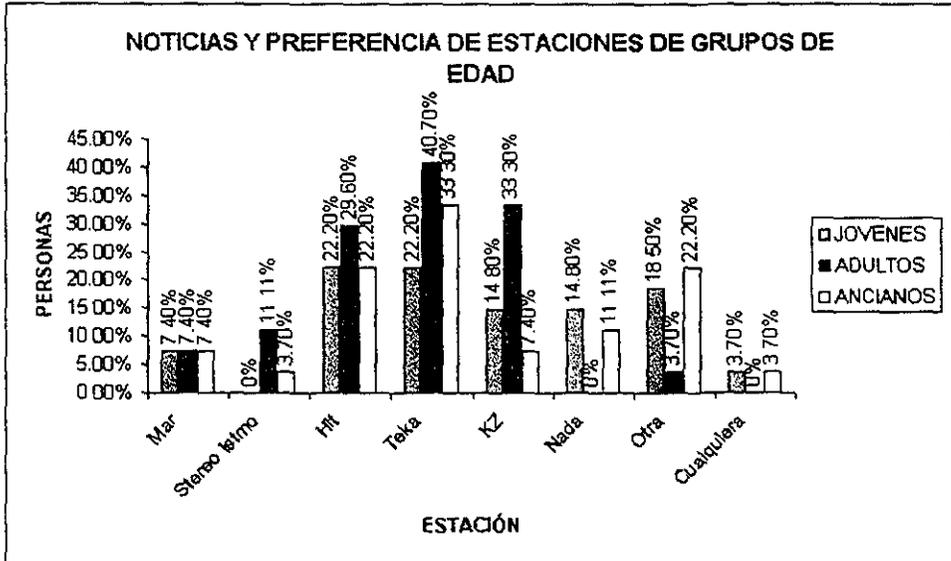


GRÁFICO 29

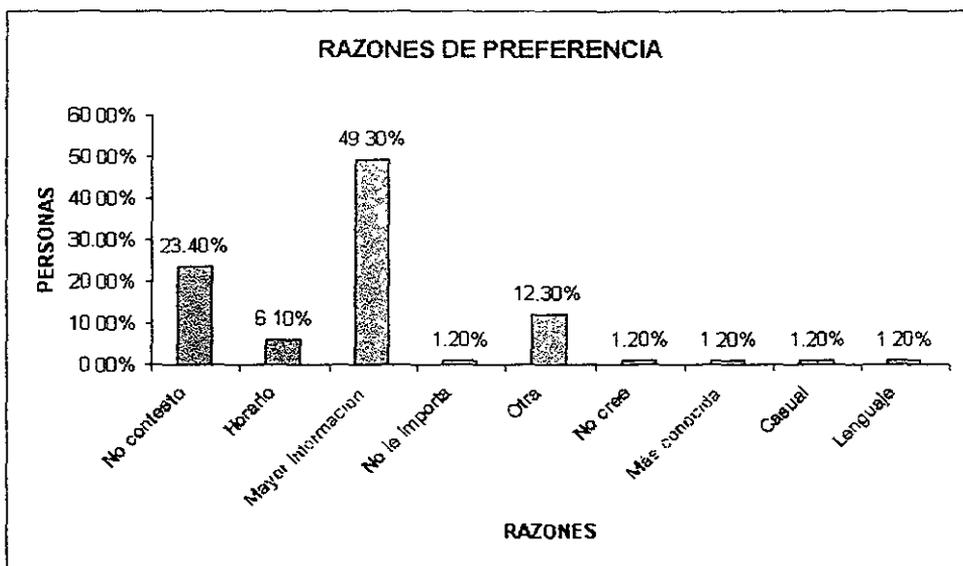


GRÁFICO 30

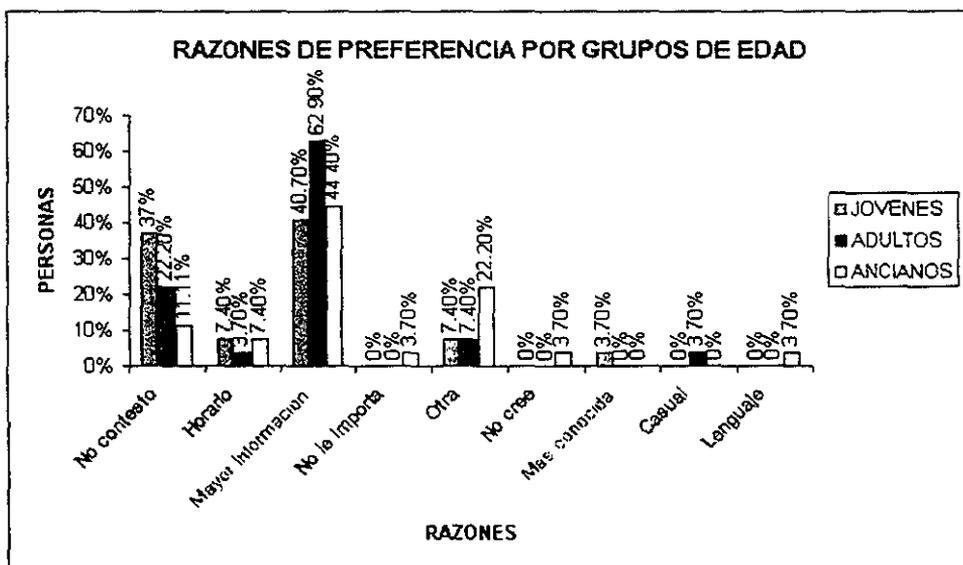


GRÁFICO 31

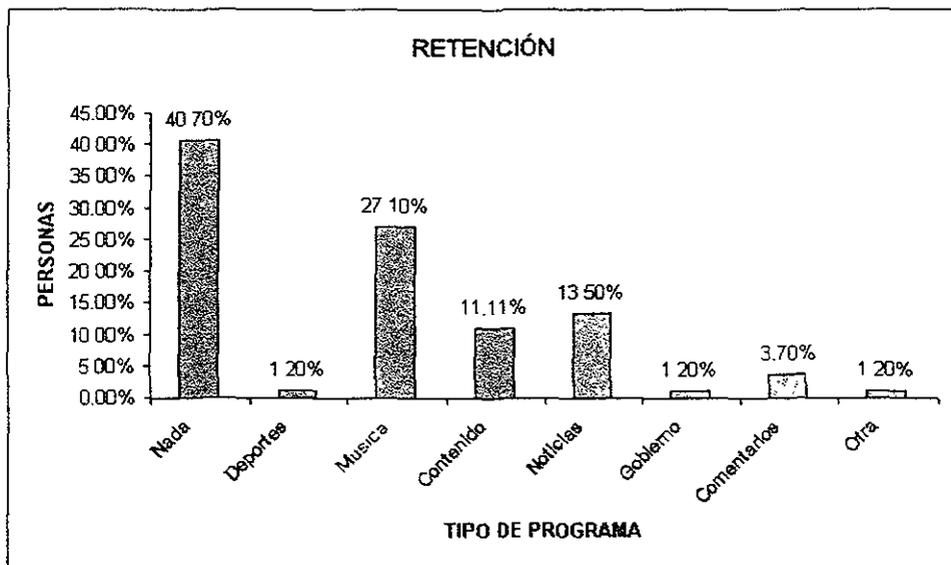


GRÁFICO 32

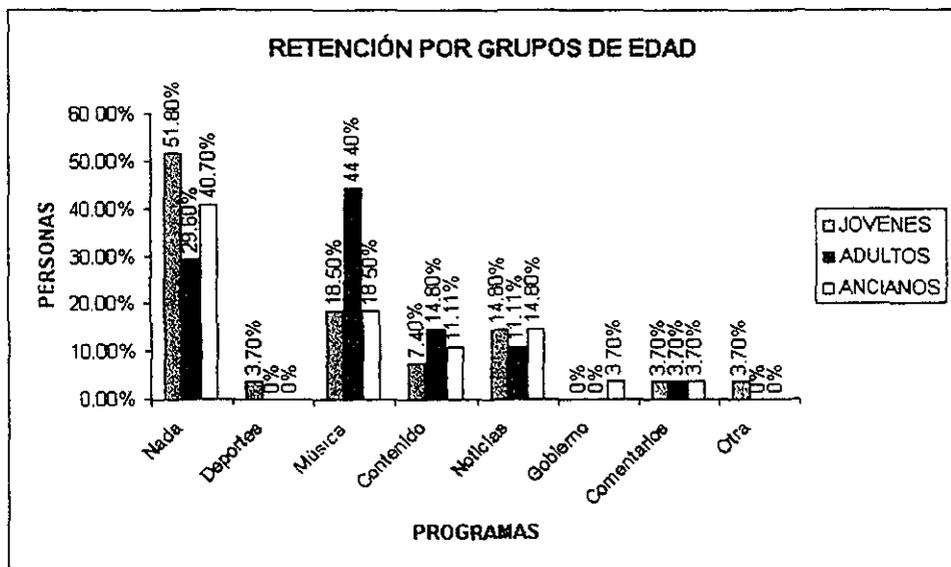


GRÁFICO 33

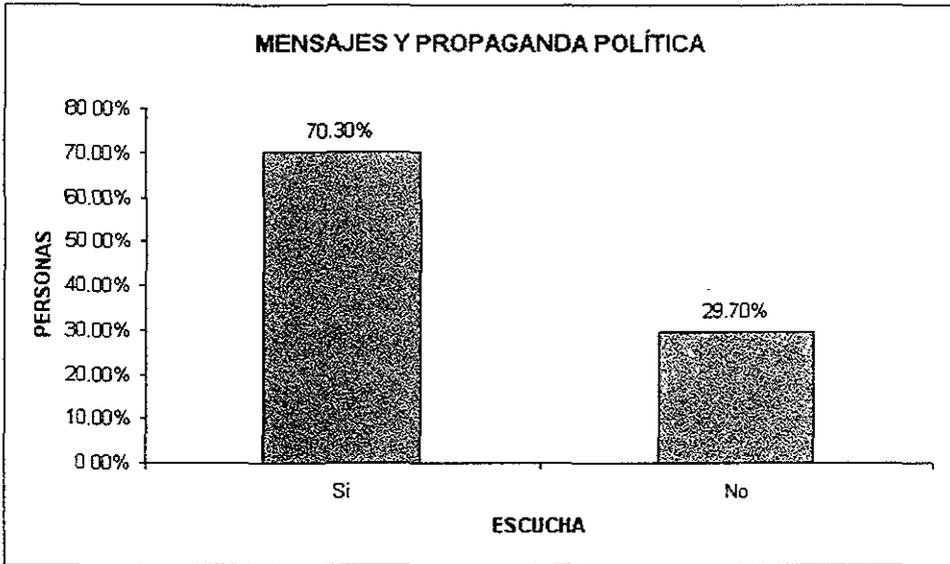


GRÁFICO 34

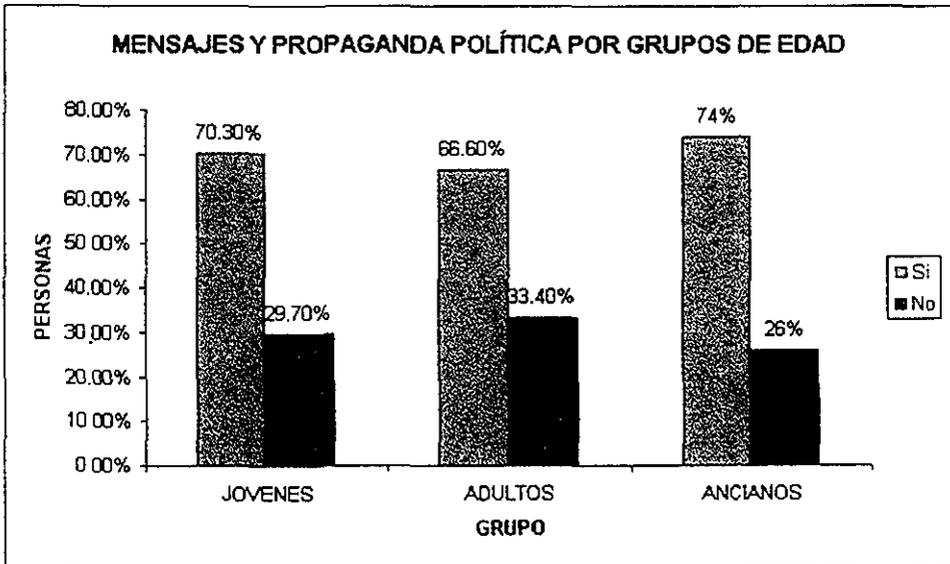


GRÁFICO 35

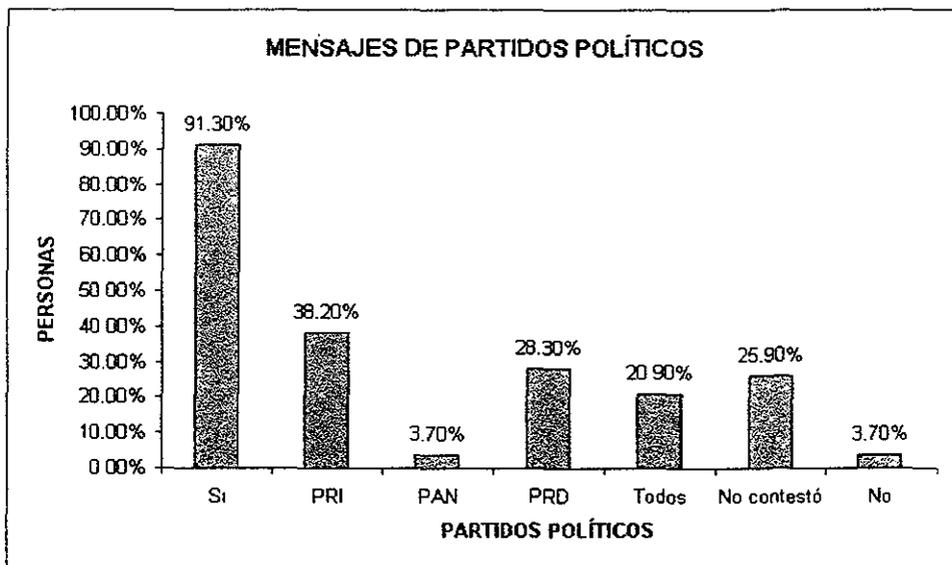


GRÁFICO 36

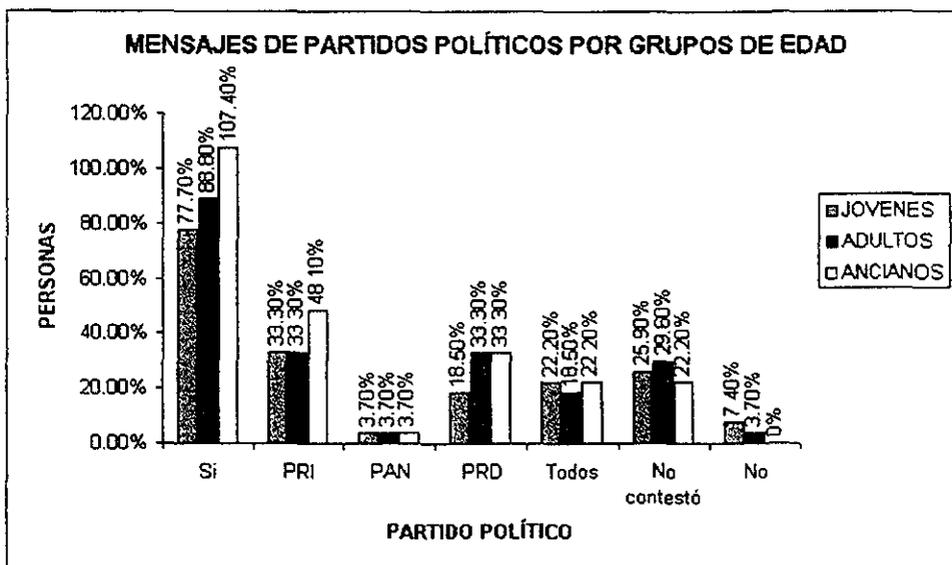


GRÁFICO 37

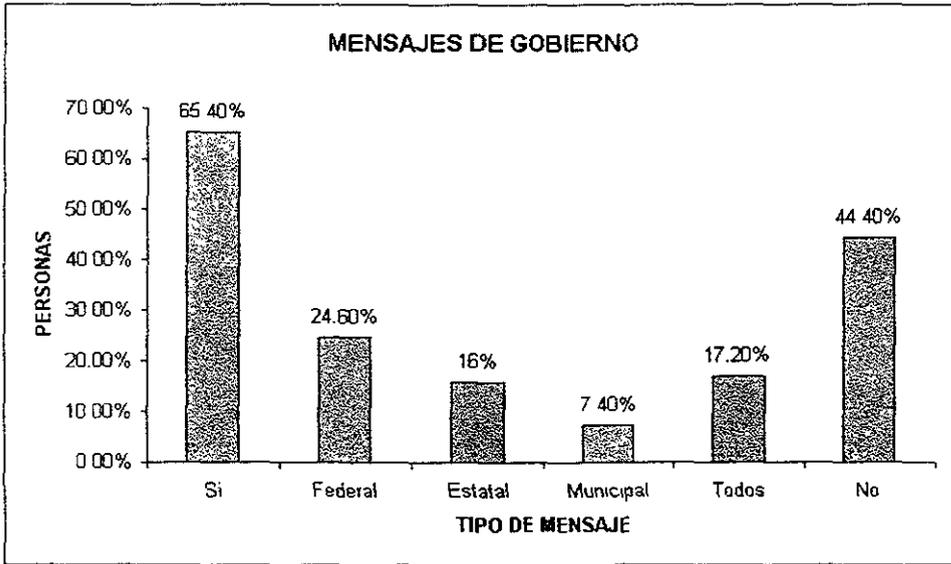


GRÁFICO 38

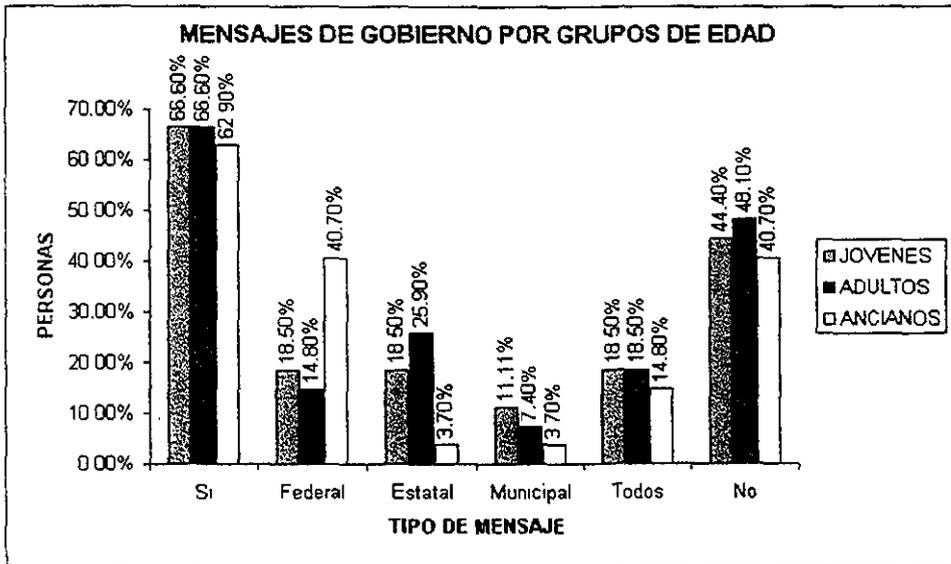


GRÁFICO 39

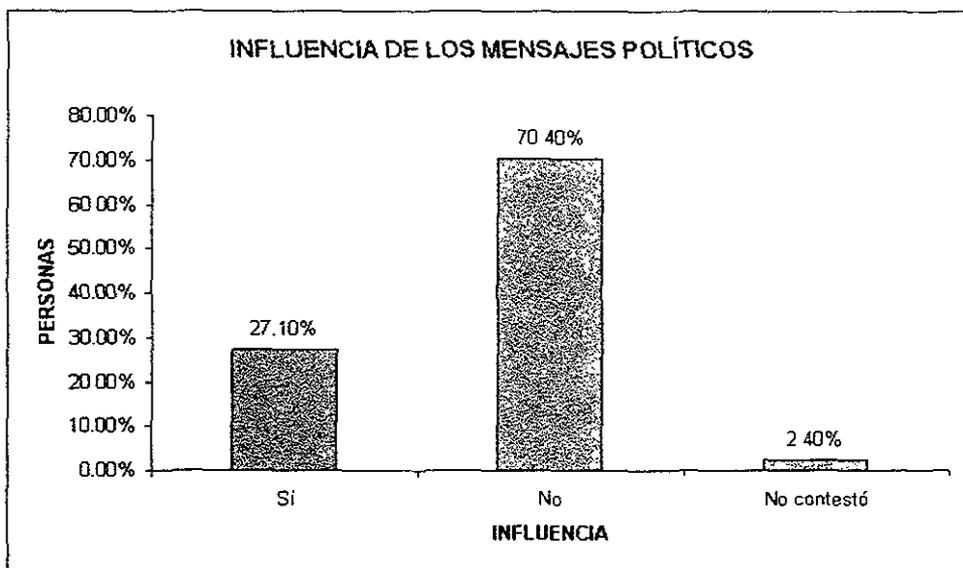


GRÁFICO 40

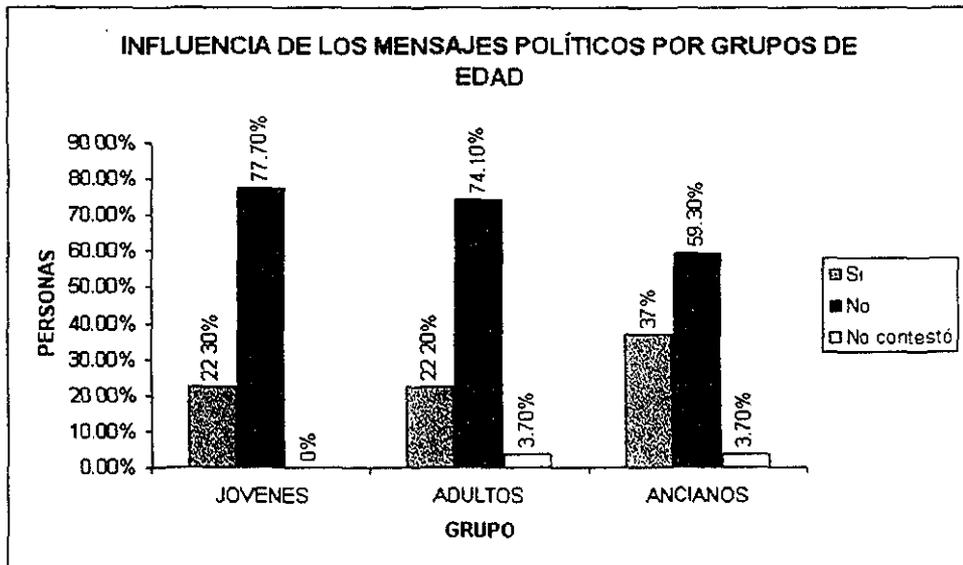


GRÁFICO 41

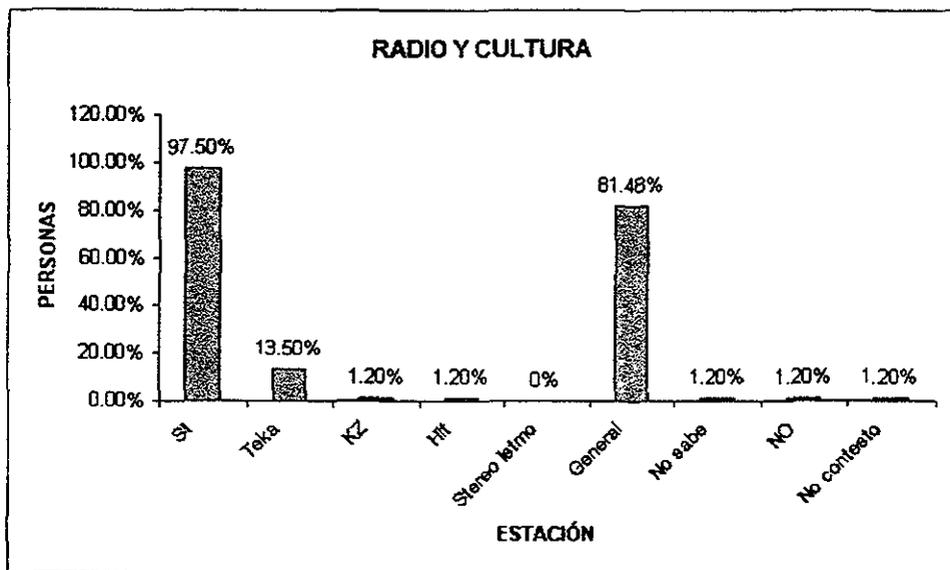
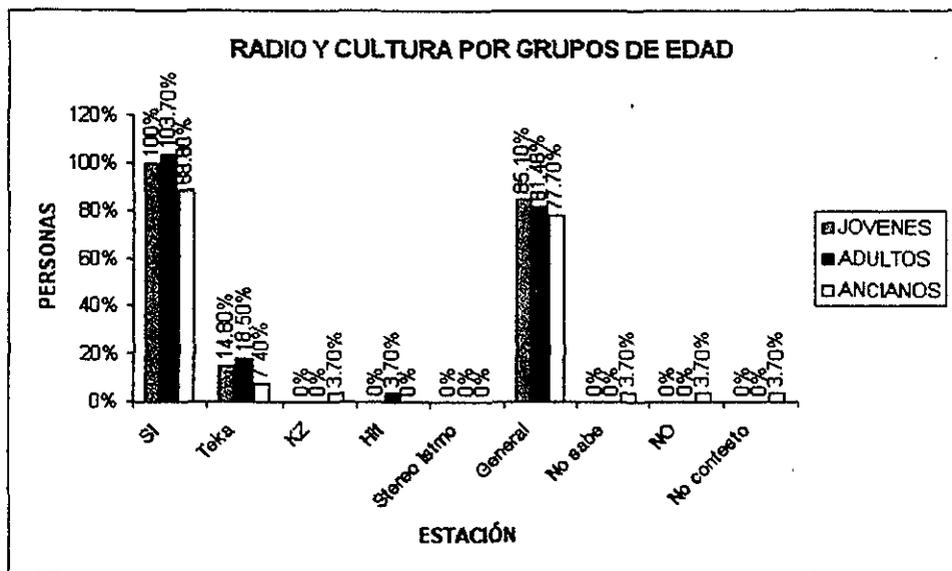


GRÁFICO 42



BIBLIOGRAFÍA

Capítulo 1

ALATORRE Padilla, Roberto, Lógica (manual); Ed. Porrúa, México, 1988

BALLE, Rancis, Comunicación y Sociedad, evolución y análisis comparativo de los medios, Tercer Mundo Editores, Colombia, 1991

BENASSINI, Claudia, Compilador de: Teorías de la Comunicación en Estados Unidos y en Europa, Teoría de la Comunicación II, t.I, Serie Iberoamericana de comunicación, México, 1986

CREMOUX, Raúl. La Legislación Mexicana en Radio y Televisión. UAM Xochimilco. 1982.

COLLIN, Claude. Radiopoder: la radio como instrumento de participación social y política. Folios Ediciones, México, 1983.

Constitución de los Estados Unidos Mexicanos. Ed. Porrúa. México. 1996

DE LA MOTA, Ignacio, Diccionario de la Comunicación, Televisión, Publicidad, Prensa, Radio, t.2,I-z, Ed. Parafino, S.A., Madrid, 1988

GALLARDO Cano, Alejandro, Curso de Teorías de la Comunicación, UNAM, México, 1990

LEYVA Cruz, Juan. Política y Comunicación Social. La Radio en México 1940-1946.

McLUHAN, Marshall. La comprensión de los medios como las extensiones del hombre. Ed. Diana. México. 1969.

REBEIL Corrella, Ma. Antonieta, et.al. Perfiles del cuadrante, Ed. Trillas. México

ROMO, Cristina. La Otra Radio: voces débiles, voces de esperanza. Ed. IMER y Fundación Manuel Buendía, AC. México, 1990

TORRES Vázquez, Ma. Teresa. Monografía de un medio de comunicación estatal: IMER 1983-1993. UNAM- FCPyS. México, Tesina. 1995.

UAM, Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco, e IMER, Instituto Mexicano de la Radio, editores de: El Sonido de la Radio, Ed. Plaza y Valdés, México, 1988.

Capítulo 2

Anuario Estadístico del Estado de Oaxaca. INEGI. Gob. del Estado de Oaxaca. México. 1998, 748p.

BOLTVINIK, Julio Pobreza y estratificación social en México. INEGI, Colegio de México, UNAM (IIS). Tomo X. 1995, 110p

Conteo de Población y Vivienda 1995. Perfil Sociodemográfico: Oaxaca. INEGI. México. 1997 89p.

Diccionario de la Lengua Española de la Real Academia Española. Madrid. 1992

SOLÍS, Lereé, Beatriz. "Radiografía actual de la radio en México" en Revista Mexicana de Comunicación. México. 1999, no.60, pág. 31-36

Capítulo 3

Bennholdt-Thomsen, Veronika (Coord). Juchitán, la ciudad de las mujeres. Ed. Instituto Oaxaqueño de las Culturas, México. 1997. 341p.

HEMEROGRAFÍA

Capítulo 1

LÓPEZ Mateos, Manuel. *"Una experiencia: cuando la voz de la radio es la voz del pueblo"*, en Juchitán, lucha y poesía. Extemporáneos. México. 1988, pág.17

RINCÓN, Iván y Sosa, Gabriela. *"El despertar de la Radio Libre en México"*, en Revista Mexicana de Comunicación. México. 1999, No.59, págs.25-32

Capítulo 2

Pobreza.

"No satisfactorios, los avances para reducir muertes por desnutrición". La Jornada. México. 1 de julio. 1998.

"La Ssa aplica la Encuesta Nacional de Nutrición". La Jornada. México. 4 de julio 1998.

Martha García. *"Ampliarán programa para zonas marginadas"* La Jornada. México. 18 de julio. 1998. p.7

Macias, Marissa. "Los pobres mal contados" El Financiero. México. 15 de octubre. 1998 p.22

Boltvinik, Julio "¡15 millones más de pobres extremos!". La Jornada. México. 16 de octubre. 1998,p.19.

"Graves niveles de desnutrición en México". La Jornada. México. 16 de octubre 1998

Alejandro Suverza "Programas sociales, el arma". El Financiero. 16-October. 1998 p.38

Lourdes Edith Rudiño "La desnutrición en el sur de México, mayor a la de países africanos". El Financiero" 16 de octubre 1998 p.14.

"En los primeros años de la década bajó la mortalidad infantil indígena". La Jornada. 5 de noviembre. p. 40

"La pobreza contraria a los fines de las garantías individuales". La Jornada. México 15 de noviembre. 1998. p.45

Elecciones.

"Denuncia el PRD ante la Procuraduría de Oaxaca" La Jornada 21 de julio 1998.

"En Oaxaca se dan cheques del Procampo a cambio de votos: PRD" La Jornada. 31 de julio 1998.

"Piden al EPR una tregua unilateral para las elecciones de hoy en Oaxaca" La Jornada 2 de agosto 1998.

"Asegura el PRI que ganó en Oaxaca; empate técnico; PRD" La Jornada. 3 de agosto 1998

"Tranquila jornada electoral en la región istmeña" La Jornada. 3 de agosto de 1998

"Aventaja PRI a PRD con 88 mil votos" La Jornada. 5 de agosto 1998

"En Oaxaca, 11 plurinominales al PRD, cuatro al PAN y dos al PRI" La Jornada. 10 de agosto 1998

"Retiene PAN capital de Oaxaca" Reforma. 5 de octubre 1998

"Ganan priistas en 108 municipios de Oaxaca" La Jornada. 6 de octubre 1998

"A la oposición, las ciudades más importantes de Oaxaca" El Financiero. 6 de octubre 1998

"Ratifican triunfos del PAN en Oaxaca y del PRD en el Istmo" El Universal. 9 de octubre 1998.

"Toma posesión Murat en Oaxaca con un llamado de diálogo al EPR" Crónica. 2 de diciembre 1998.

"Juchitán, lluvia de acusaciones entre los ayuntamientos saliente y entrante". La Jornada. 4 de enero 1999.

Capítulo 3

Ríos, Guadalupe. "Las Velas, simbiosis de fe católica y prácticas ancestrales en Juchitán" en La Jornada. México, 1999, 29 de mayo.