

**REPORTE ESPECIAL**  
**DÍA DE LA NIÑA Y EL NIÑO 2025**

**EXPOSICIÓN A MEDIOS DE  
COMUNICACIÓN  
POR NIÑAS Y NIÑOS  
EN CONTEXTOS RURALES**



Niño viendo televisión.  
Linda Vista, del Nayar, Nayarit.  
Región II, Noroeste.

## Índice

Presentación .....	5
Metodología .....	12
Marco Teórico.....	19
Infraestructura disponible para consumo de contenidos .....	26
Hábitos y preferencias de exposición a medios.....	32
Recepción y apropiación en el día a día.....	37
Impacto de los medios de comunicación .....	46
Comentarios finales.....	54
Fuentes de información .....	64



Niño y mamá viendo televisión restringida.  
Higinio Tanguma, Aldama, Tamaulipas.  
Región III, Noreste.

## PRESENTACIÓN

Como parte de las diversas acciones, realizadas por el Instituto Federal de Telecomunicaciones (Instituto o IFT), encaminadas específicamente al análisis del actual panorama de medios, contenidos audiovisuales y audiencias, el presente documento compila una serie de verbalizaciones de audiencias e imágenes de espacios que caracterizan el contexto de exposición a medios por parte de niñas y niños en algunas comunidades rurales de México.

Esta generación de conocimiento permite al IFT identificar y comprender la relación que existe entre las audiencias infantiles de poblaciones rurales y las piezas sonoras y audiovisuales a las que tienen acceso, lo cual posibilita caracterizar y explicar la recepción y apropiación que de estas obras hacen los distintos públicos, desde sus propios contextos y realidades.

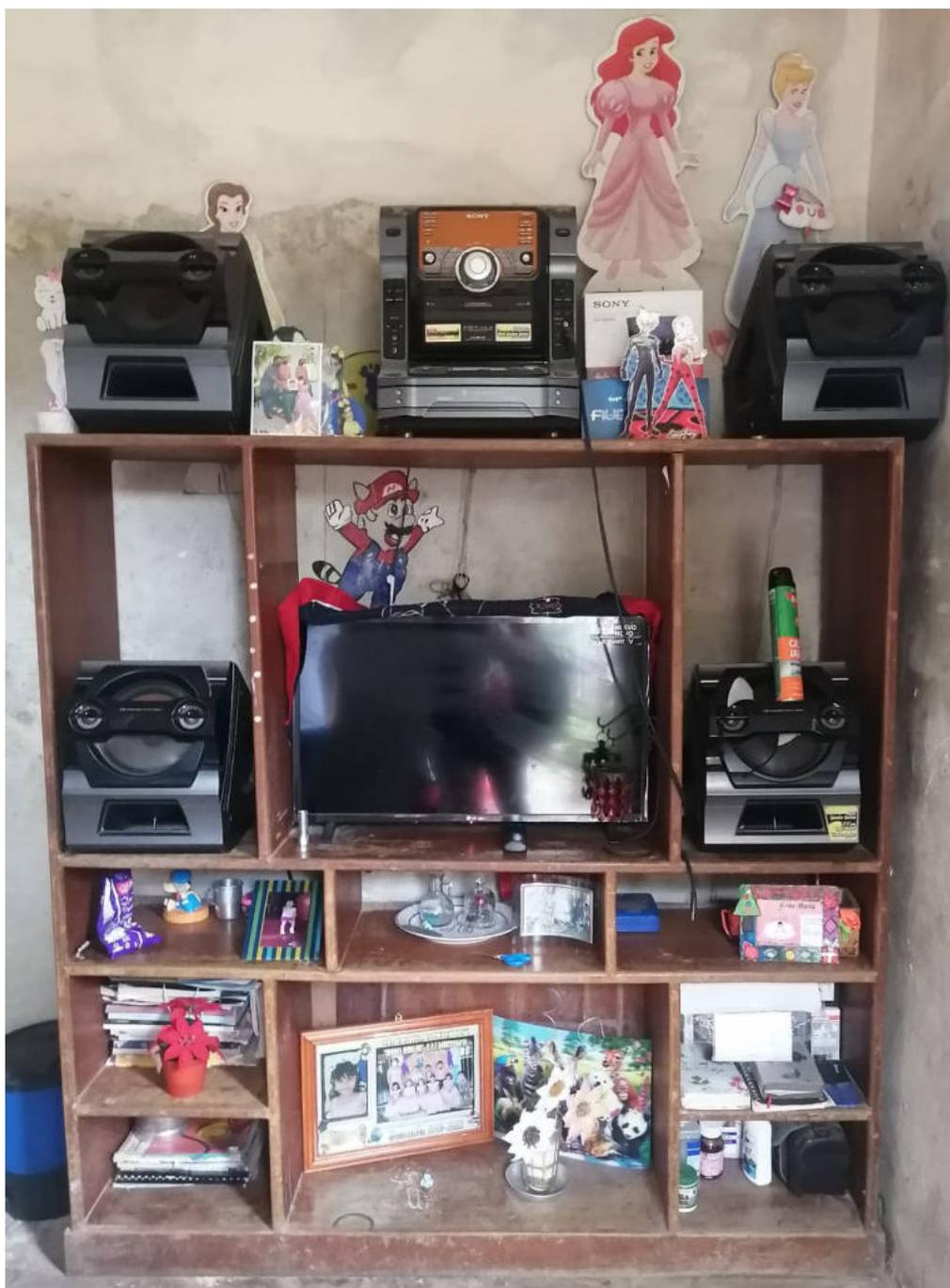
La evolución acelerada de los servicios que brindan las telecomunicaciones y radiodifusión exigen estudiar la actualidad del ecosistema mediático e informacional en todas sus dimensiones; esto con la finalidad de contar con insumos que permitan enfrentar los desafíos de la modernización, la transformación digital y el cierre de la brecha social; todo ello con base en el reconocimiento y comprensión de las expectativas de la población, desde un enfoque basado en derechos que aporten a la vida democrática del país.

Es en ese contexto, y en el marco de la celebración del día de la niña y el niño, que el Instituto hace pública una compilación de participaciones en torno al consumo de medios de comunicación y obras audiovisuales por infancias de diversas comunidades rurales de México, con el objetivo de visibilizar los contextos de exposición y consumo de piezas sonoras y audiovisuales de audiencias infantiles,

habitantes de poblaciones rurales de diferentes regiones del país, lo cual posibilita la generación de insumos que permiten conocer y comprender el consumo regular y la apropiación de piezas sonoras y audiovisuales, tanto de manera tradicional como por internet.

Asimismo, la inclusión de imágenes en el presente documento tiene como objetivo acercarnos a realidades particulares que ayudan a mostrar y explicar los contextos de las audiencias infantiles en comunidades rurales de México.

De esta manera, se **presenta información diversa** en términos geográficos y sociodemográficos, **sin pretensión de escalabilidad o representatividad nacional**, pero sí **con aportes plurales para entender hábitos de consumo y apropiación**, así como representaciones y reflexiones en torno a los medios de comunicación.



Espacio para consumo de medios.  
Imí, Campeche, Campeche.  
Región VIII, Península.



Antena para señales radiodifundidas  
Imí, Campeche, Campeche.  
Región VIII, Península.



Arriba: tableta electrónica y teléfono celular; abajo: pantalla plana  
Imí, Campeche, Campeche.  
Región VIII, Península.



Arriba: módem; abajo: pantalla plana.  
Imí, Campeche, Campeche.  
Región VIII, Península.



Espacio para consumo de medios.  
Imí, Campeche, Campeche.  
Región VIII, Península.

## METODOLOGÍA

La información que a continuación se presenta deriva de una revisión de acervo de los estudios **Hábitos de consumo de medios en poblaciones rurales** (2023), así como **Importancia de la radiodifusión en México** (2023). Las participaciones fueron registradas mediante cuestionarios, a partir de los cuales se obtuvieron datos cuantificables. Asimismo, se utilizó la entrevista semiestructurada y observación participante en los hogares de las audiencias, de tal forma que el fenómeno de estudio se abordó desde distintas dimensiones. Así, la aproximación que se utilizó para el levantamiento, procesamiento, análisis e interpretación de la información fue tanto cualitativa como cuantitativa.

En el caso de la investigación: **HÁBITOS DE CONSUMO DE MEDIOS EN POBLACIONES RURALES**, publicada en noviembre de 2023, esta tuvo como objetivo identificar, analizar y explicar las dinámicas de recepción y apropiación de medios y contenidos audiovisuales, que tienen las audiencias infantiles y adultas, habitantes de zonas rurales del país. Lo anterior, privilegiando las realidades individuales, familiares y comunitarias de las personas participantes.

Por lo que se estudiaron apartados como la infraestructura tecnológica disponible, los hábitos y preferencias de consumo de medios, las dinámicas de apropiación presentes, la influencia de los medios en sus realidades, las barreras y estrategias para acceder a medios y contenidos y la percepción que los hogares tienen con respecto a la representación de lo rural en contenidos audiovisuales.

En ese sentido, el mencionado estudio incluyó la participación de 24 hogares con niñas y niños, localizados geográficamente en ocho localidades rurales del país con diferentes grados de marginación: La Victoria en Zacatecas; Linda Vista en Nayarit;

Higinio Tanguma en Tamaulipas; Casimiro Leco en Michoacán; San Francisco Temetzontla en Tlaxcala; San José Independencia en Veracruz; El Fresno en Guerrero e Imí en Campeche. En cuanto a las técnicas de recolección de información, se utilizaron cuestionarios de registro para la obtención de datos cuantificables como la infraestructura tecnológica disponible para consumo de medios, así como entrevista semiestructurada y observación participante.

Ahora bien, respecto del estudio **IMPORTANCIA DE LA RADIODIFUSIÓN EN MÉXICO**, el objetivo fue conocer y analizar la valoración y apropiación de los servicios de radiodifusión en México, particularmente la radio y televisión abierta, en el día a día de las audiencias infantiles, adolescentes y adultas mayores. Lo anterior, privilegiando las realidades individuales, familiares y comunitarias de las personas participantes.

Este proyecto se publicó en diciembre de 2023, e incluyó la participación de 30 hogares en los que habitaban niñas y niños de contextos rurales, residentes de 5 localidades distribuidas a lo largo del país: Colonia Agrícola Analco (Estado de México), Ahuatlán (Jalisco), Chacalapa (Veracruz), Lomas de San Juan (Guerrero) y Santa Fe (Coahuila).

Para conocer con mayor detalle el marco metodológico de cada estudio, los documentos se encuentran disponibles para su consulta en el micrositio Somos Audiencias.

Finalmente, es preciso recalcar que la información que continuación se presenta hace referencia a las ideas, creencias, opiniones y recuerdos únicamente de las audiencias participantes en dos de los estudios de recepción y apropiación mediática, realizados por el Instituto Federal de Telecomunicaciones.



Arriba: Dispositivos para consumo de medios; abajo: pantalla plana.  
El Fresno, Chilpancingo de los Bravo, Guerrero.  
Región VII, Sur.



Televisor analógico.  
El Fresno, Chilpancingo de los Bravo, Guerrero.  
Región VII, Sur.



Televisor analógico.  
El Fresno, Chilpancingo de los Bravo, Guerrero.  
Región VII, Sur.



Arriba: pantalla plana; abajo: radio portátil.  
El Fresno, Chilpancingo de los Bravo, Guerrero.  
Región VII, Sur.



Antena de internet satelital.  
El Fresno, Chilpancingo de los Bravo, Guerrero.  
Región VII, Sur.

## MARCO TEÓRICO

### RURALIDAD

Los asentamientos rurales, según el Instituto Nacional de Geografía y Estadística (INEGI) son aquellos que cuentan con una población de 2,499 habitantes o menos, mientras que los urbanos cuentan con una población igual o superior a los 2,500 habitantes. Asimismo, se establece que para el 2020 el 79% de los habitantes del país vivía en asentamientos urbanos, mientras que el 21% lo hacía en rurales.

Si bien este es un criterio relacionado sólo con el número de habitantes, se considera que puede ser complementado por elementos tales como el acceso a servicios (vías de comunicación, servicios de salud, oferta educativa, entre otros), a oportunidades (distribución entre la población de educación, salud, empleo o proyectos productivos, etc.), distancia con centros urbanos, usos de suelo, entre otros (García-Sandoval et al., 2020; Matijasevic y Ruiz, 2013; Soloaga et al., 2021).

Derivado de lo anterior, es que el estudio **Hábitos de consumo de medios en poblaciones rurales** complementó la selección de poblaciones participantes a partir de sus distintos grados de marginación, debido a que estos refieren una carencia de oportunidades sociales, así como de inaccesibilidad a bienes y servicios (CONAPO, 2013).

Además de los aspectos estructurales que delinean la noción de lo rural, la conformación de las experiencias de vida, esto es, el contexto sociocultural de la ruralidad es una parte fundamental para comprender las expresiones y relaciones sociales de las personas que habitan o proceden de poblaciones rurales (de Grammont, 2004; Matijasevic y Ruiz, 2013).

Un elemento que ha sido señalado ampliamente desde el análisis de la nueva ruralidad es la coexistencia de distintas actividades laborales junto con las relacionadas a la agricultura. Otro elemento enlazado con la mencionada pluriactividad es la actual visibilidad de la migración estacional o permanente en polos urbanos nacionales o transnacionales, la cual se suma a la diversificación económica de las familias y hogares, dirigiéndose a solventar dificultades de acceso a bienes y servicios, pero, que incide en otras respuestas a niveles individuales, familiares y colectivos (Pérez Prado, 1993), por ejemplo, composiciones familiares fragmentadas donde uno o más integrantes pasan cortos o largos periodos intermitentes fuera del hogar.

Si bien las participaciones e imágenes contenidas en este documento se localizan y sitúan en poblaciones rurales, se considera que la audiencia es heterogénea más allá del adjetivo rural, por las características y expresiones singulares de la ruralidad que en cada lugar emergen, las cuales se encuentran en constante interacción con las representaciones mediáticas de lo rural.

## **REPRESENTACIONES MEDIÁTICAS**

Siguiendo a Stuart Hall, “la representación es la producción de sentido de los conceptos en nuestra mente mediante el lenguaje” (Hall, 2010: 447-448). Dicha producción es un proceso constante de articulaciones que suceden en correspondencia a contextos socioculturales y en específicos espacios y tiempos, así como en interconexiones con la sociedad amplia y el mundo globalizado por lo que se incrementan los flujos de elementos que atraviesan las articulaciones y el proceso de producción de sentido. Precisamente, los medios de comunicación juegan un papel relevante en la fijación o contraste de referentes locales y globales, y en la emisión de contenidos y mensajes audiovisuales (lenguajes y medios específicos).

Los medios de comunicación han concentrado la capacidad de emitir piezas y mensajes audiovisuales, representaciones y con ello significaciones. Tienen un papel activo y permanente en los procesos de significación de las audiencias, atraviesan las negociaciones locales al colocarse “en lugar de” (Hall, 2010).

Además, lo hacen desde una articulación jerarquizada y estructurada desde lo que han llegado a conformarse como medios de comunicación, es decir, median y mediatizan.

De esta forma, se considera que los medios de comunicación masivos han participado en la producción de imaginarios sociales en torno a las sociedades rurales. En algunos casos, las representaciones mediáticas se superponen a las realidades de lo que son los pueblos, las poblaciones, los entornos y experiencias rurales, por lo que se pueden transmitir fragmentos e ideas descontextualizadas.

## **APROPIACIÓN**

La apropiación de los mensajes y contenidos audiovisuales se entiende, siguiendo a John B. Thompson, como “un extendido proceso de autoaprendizaje a través del cual los individuos desarrollan un sentido de ellos mismos y de los otros, de su historia, de su lugar en el mundo y de los grupos sociales a los que pertenecen” (Thompson, 1998: 22). Es decir, el proceso por el cual las personas seleccionan, de manera subjetiva, elementos provenientes de los mensajes y contenidos de los medios de comunicación y los acomodan e incorporan a sus cargas culturales y sociales, al mismo tiempo que dicha selección parte, precisamente, de sus antecedentes culturales y sociohistóricos.

Al indicar la composición de subjetiva de las personas, y con ello de las audiencias, como un factor determinante en la apropiación, se abre un abanico de elementos, unos con incidencia más individual como el género, la generación, la edad, la

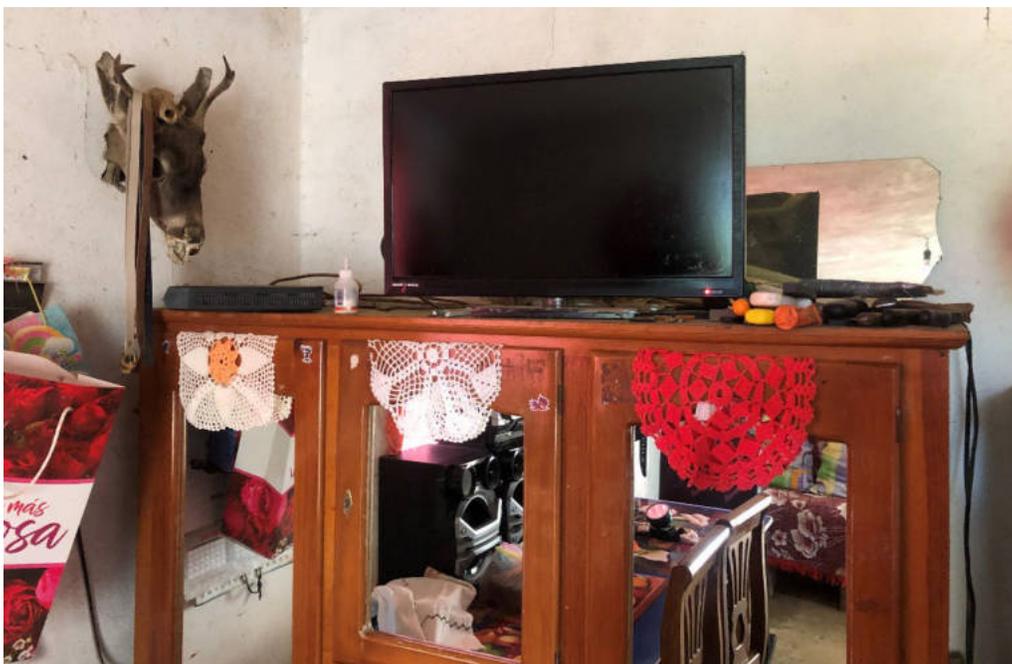
procedencia, otros que son factores estructurales como las desigualdades y posiciones en relación con la sociedad más amplia, así como procesos sociohistóricos y reivindicaciones culturales.

### **CODIFICACIÓN / DECODIFICACIÓN**

En este sentido, para apoyar el análisis de la apropiación por parte de las audiencias se recurre la propuesta de Stuart Hall sobre la “codificación/decodificación” (1973).

Dicha propuesta refiere que los mensajes y contenidos de los medios se decodifican y se convierten en prácticas sociales, pero, de la decodificación es atravesada por el conjunto de elementos que conforman las subjetividades de las personas y, por lo tanto, es una relación de negociación que puede llegar a ser de apropiación en donde tienen relevancia los contextos socioculturales porque son los marcos de referencia local y primaria.

El proceso de codificación/decodificación tiene tres tipos de reinterpretaciones: dominante, en la cual el proceso de significación es hegemónico; negociada, donde hay una interpretación desde los contextos locales, aunque permanecen las significaciones hegemónicas; oposicional, la cual identifica la significación dominante, pero desde otros marcos de referencia por lo que no se convierten en prácticas sociales.



Arriba: Antena de televisión restringida; abajo: espacio para consumo de medios.  
Casimiro Leco (El Cerecito), Cherán, Michoacán.  
Región IV, Centro Occidente.



Arriba: Receptor de televisión restringida; abajo: teléfono celular.  
Casimiro Leco (El Cerecito), Cherán, Michoacán.  
Región IV, Centro Occidente.



Arriba: Minicomponente; abajo: radio portátil.  
Casimiro Leco (El Cerecito), Cherán, Michoacán.  
Región IV, Centro Occidente.

## INFRAESTRUCTURA DISPONIBLE PARA CONSUMO DE CONTENIDOS

En adelante, se presentan algunas verbalizaciones que dan cuenta de las participaciones de niñas y niños, así como de sus personas adultas responsables, en el contexto de la exposición a obras sonoras o audiovisuales en entornos rurales. La intención de lo anterior es presentar, sin filtro, las opiniones que expresaron las audiencias participantes.

*"...seis días vi la televisión acompañado y dos días solo...más de 4 horas al día...los canales que veo es el 895...sí Nick Junior...Este 306 no me acuerdo del programa...105... Casi todos, pero hay una que me gusta más Paw Patrol...Bluey es de un perrito que enseña lo malo y este lo bueno...En la mañana y en la tarde es cuando más veo la televisión..."*

*El Fresno, Chilpancingo de los Bravo, Guerrero*

*"... una televisión...TV de paga; contrate ese porque es más económico..."*

*Higinio Tanguma, Aldama, Tamaulipas*

*"...Sí (accede a internet a través de) fichas de 30 (pesos)..."*

*Persona adulta; Linda Vista, del Nayar, Nayarit.*

*"...bueno, el niño de vez en cuando, pero sí, los tres (acceden a internet)*

*Persona adulta; Linda Vista, del Nayar, Nayarit.*

*"...Sí, una (tableta electrónica) para el niño ..."*

*Persona adulta; Linda Vista, del Nayar, Nayarit.*

*"...teléfono celular: cuenta con internet ilimitado de 100 pesos..."*

*Higinio Tanguma, Aldama, Tamaulipas*



Niño jugando con teléfono celular.  
Linda Vista, del Nayar, Nayarit.  
Región II, Noroeste.



Arriba: Niño jugando con teléfono celular; abajo: niña zurciendo y viendo televisión abierta.

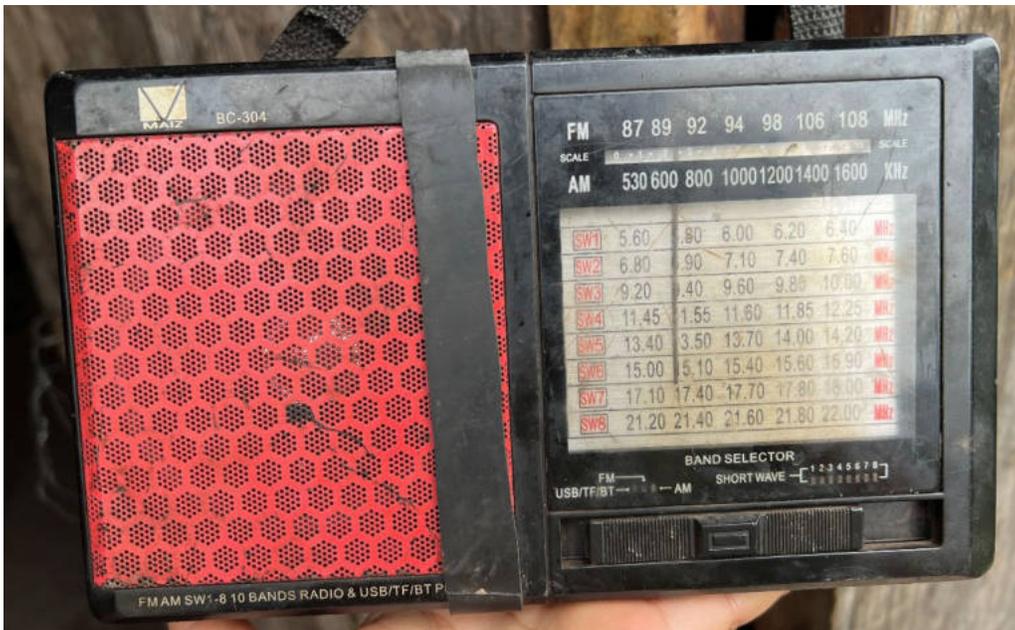
Linda Vista, del Nayar, Nayarit.  
Región II, Noroeste.



Niño con tableta electr3nica  
Linda Vista, del Nayar, Nayarit.  
Regi3n II, Noroeste.



Arriba: Grabadora; abajo: niño con tableta electrónica.  
Linda Vista, del Nayar, Nayarit.  
Región II, Noroeste.



Arriba: Niño consumiendo obras audiovisuales en teléfono celular; abajo: radio portátil.  
Linda Vista, del Nayar, Nayarit.  
Región II, Noroeste.

## HÁBITOS Y PREFERENCIAS DE EXPOSICIÓN A MEDIOS

*"...Discovery Kids, Nickelodeon y el Canal 5; Lady Bug, Mickey y  
Pepa..."*

*Higinio Tanguma, Aldama, Tamaulipas*

*"... Veo You Tube, y Facebook en el celular de mi papá... comunicar con  
mis amigos y entretenimiento, con mis tías...luego le doy me gusta a  
algunos contenidos..."*

*El Fresno, Chilpancingo de los Bravo, Guerrero*

*"...una vez sí me conecté en la computadora y escuché la  
nayarita, pero nada más una vez, escuché las noticias me  
acuerdo, pero mejor la escucho aquí, en las mañanas, cuando  
estoy en el negocio..."*

*Linda Vista, del Nayar, Nayarit.*

*"...The Loud House, Bob Esponja y Los Casagrande; me gusta que  
son (sic) divertidos..."*

*Higinio Tanguma, Aldama, Tamaulipas*

*"...pues en el celular ahí tiene Facebook pero solo lo usa para  
ver videos... Bob esponja y Minecraft; y de influencers, de  
entretenimiento y aprendizaje escolar..."*

*Higinio Tanguma, Aldama, Tamaulipas*

*"¿canales favoritos? 2 y 5 y 7, telenovelas, caricaturas, en el 7 igual las  
caricaturas... veo la tele desde las 8 am hasta las 11..."*

*El Fresno, Chilpancingo de los Bravo, Guerrero*

*"... De princesas salen en el 7, luego el 5 Miraculous y el 1 en el uno*

*Venga la Alegría... lo veo en la tarde y en el día..."*

*El Fresno, Chilpancingo de los Bravo, Guerrero*

*"... No escucho radio..."*

*El Fresno, Chilpancingo de los Bravo, Guerrero*

*"(días que ve TV) Ahorita sí, que estamos de vacaciones sí, pero cuando estamos en el albergue, pues nada más el sábado y domingo, porque ahí estamos de lunes a viernes"*

*Linda Vista, del Nayar, Nayarit*

### **¿Qué programas no te gustan?**

*"...Las novelas, excepto la de los caballos; la de mi mamá y hermana son bien aburridas..."*

*Higinio Tanguma, Aldama, Tamaulipas*

*"...lo que más que vemos es el Canal 2, telenovelas...el cinco, caricaturas; y siete, películas... enseñan a no tratar mal a la gente. De las caricaturas, yo creo que sí es para ellos, pues para su edad de los niños..."*

*Madre, El Fresno, Chilpancingo de los Bravo, Guerrero*

*"...veo YouTube y Facebook en el celular de mi papá... (lo uso para) comunicar(me) con mis amigos y entretenimiento, con mis tías...luego les doy me gusta a algunos contenidos..."*

*El Fresno, Chilpancingo de los Bravo, Guerrero*



Antena de televisión restringida.  
Higinio Tanguma, Aldama, Tamaulipas.  
Región III, Noreste.



Niña y mamá interactuando con teléfono celular.  
Higinio Tanguma, Aldama, Tamaulipas.  
Región III, Noreste.



Niño y mamá viendo televisión restringida.  
Higinio Tanguma, Aldama, Tamaulipas.  
Región III, Noreste.

## RECEPCIÓN Y APROPIACIÓN EN EL DÍA A DÍA

*"... De los videos de internet... aprendo que cosas no hacer...también veo caricaturas por internet...nos divierte..."*

*Higinio Tanguma, Aldama, Tamaulipas*

*"...Mis programas favoritos me animan...como que me desaburren...he aprendido nada, muy poquito...Ah, este en un canal vi como bailaban y bueno, ya pude poquito...me gusta tomar clases en televisión, aunque no esté ya con los maestros me enseña poco de lo que yo no sé..."*

*El Fresno, Chilpancingo de los Bravo, Guerrero*

*"...304, Nickelodeon, Cartoon y Discovery Kids... a veces se parece lo que hay en la comunidad...porque a veces aparecen ciudades o que a veces van de campo...he aprendido a multiplicar y a contar...imito a los personajes de la televisión porque es fantástico..."*

*Higinio Tanguma, Aldama, Tamaulipas*

*"...me anima mucho porque ayudan a las personas que necesitan ayuda..."*

*Colonia Agrícola Analco, Lerma, Estado de México.*

*"...lo que hay en la tele no se parece a mí comunidad: allá no hay campos, allá trabajan en empresas para ganar dinero; he aprendido de la tele (...) a bailar; si me gusta tomar clases por televisión, me enseña un poco de lo que yo no sé..."*

*El Fresno, Chilpancingo de los Bravo, Guerrero*

### ¿Qué has aprendido de la televisión?

*"...(a) hacer amigos..."*

*Higinio Tanguma, Aldama, Tamaulipas*

*"...pues en darnos cuenta de que unas cosas sí están bien de las que hacemos y otras no..."*

*Santa Fe, Torreón, Coahuila*

### ¿Qué has aprendido de la televisión?

*"...los números y (a) hacer amigos..."*

*Casimiro Leco (El Cerecito), Cherán, Michoacán*

*"...sí aprendemos un poco más o nos informamos también..."*

*Santa Fe, Torreón, Coahuila*

### ¿Compartes contenido generado por ti?

*"...Ss, videos de maquillaje; mi hija también hace videos..."*

*Higinio Tanguma, Aldama, Tamaulipas*

*"...veía a mis amigas que hacían Tik Tok y estaban muy bajas de calificación, por eso yo dije, ay no sé, sí quería perderlo, pero no así, quería dárselo a mi mamá que lo cuidara, pero no que lo perdiera, porque sí en esos días que nos lo dieron sí bajamos mucho de calificación y yo decía, ay que me lo quiten por favor"*

*(consumo y creación de contenido en TikTok)*

*Colonia Agrícola Analco, Lerma, Estado de México.*

## ¿Lo que ves en televisión se parece a tu comunidad?

*"...sí (porque) nos enseñan a leer, dibujar, pintar, escribir..."*

*Casimiro Leco (El Cerecito), Cherán, Michoacán*

*"...por entretenimiento, y con el Discovery porque aprendemos...las noticias nos son muy útiles..."*

*Higinio Tanguma, Aldama, Tamaulipas*

*"...me gusta aprender, porque hay muchas cosas que no sé, o sea, yo pienso que nada más existe Torreón, Coahuila, y los otros lugares son igual que aquí pero ya me estoy dando cuenta de que no, la fauna está muy diferente, aquí vivimos en un lugar muy seco, y allá los árboles están bien bonitos y todo eso, con decirle que yo nunca he ido a Mazatlán, pero ya lo conocí por medio de esas aplicaciones de ahí, de la tele..."*

*Santa Fe, Torreón, Coahuila*

*"...hay veces que pasan como en los ranchitos, por decirlo, pasan sus tradiciones, sus comidas, su todo y a mí me gusta eso, pues...Si hay un canal que sale mucho de la vida de campo...Es el canal como 41 creo o 49 salen muchos como que de la vida de campo..."*

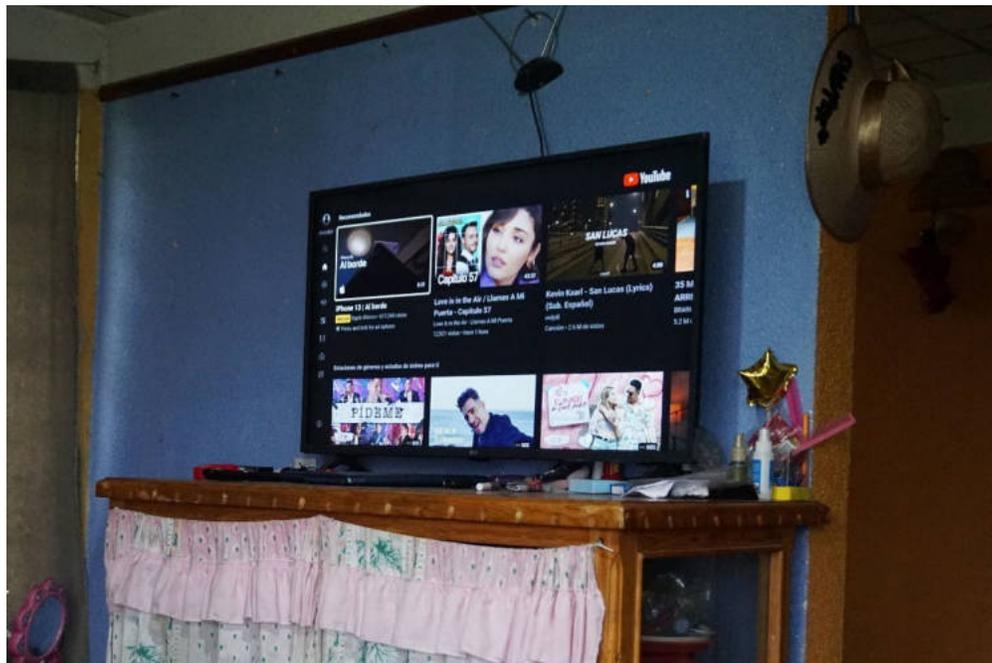
*La Victoria, Pinos, Zacatecas*



Arriba: pantalla plana; abajo: bocina para reproducción de audios.  
San Francisco Temetzontla, Panotla, Tlaxcala.  
Región V, Centro Este.



Arriba: Antena de televisión restringida; abajo: teléfonos celulares.  
San Francisco Temetzontla, Panotla, Tlaxcala.  
Región V, Centro Este.



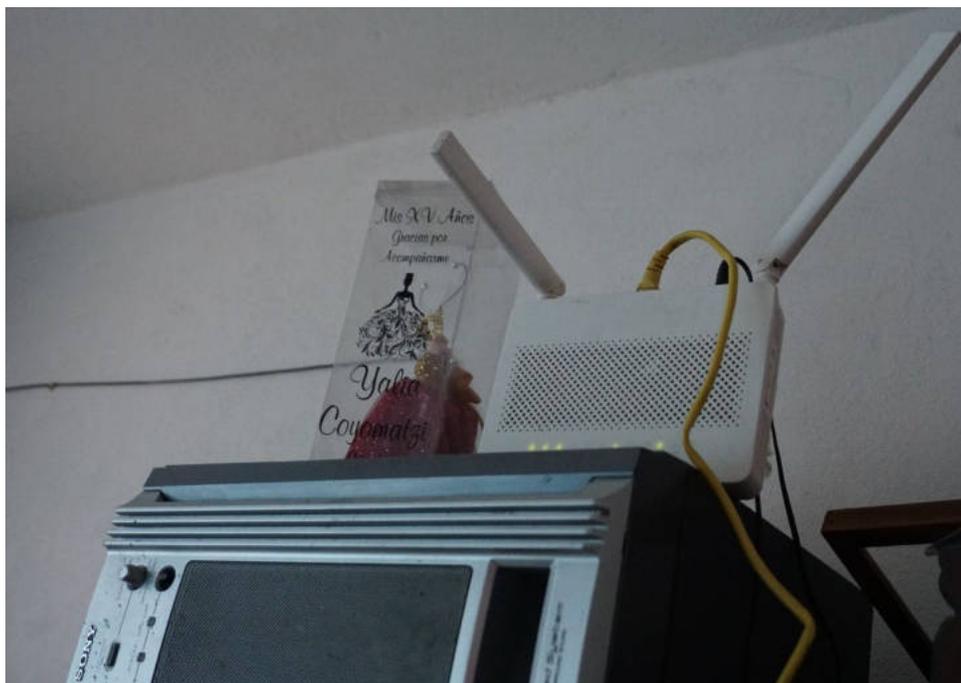
Arriba: Espacio para consumo de medios; abajo: pantalla plana en plataforma de transmisión de video.  
San Francisco Temetzontla, Panotla, Tlaxcala.  
Región V, Centro Este.



Bocina para reproducción de audios.  
San Francisco Temetzontla, Panotla, Tlaxcala.  
Región V, Centro Este.



Arriba: Espacio para consumo de medios; abajo: teléfono celular y pantalla plana.  
San Francisco Temetzontla, Panotla, Tlaxcala.  
Región V, Centro Este.



Arriba: Módem; abajo: antena para señales radiodifundidas.  
San Francisco Temetzontla, Panotla, Tlaxcala.  
Región V, Centro Este.

## IMPACTO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

*"...escucho la radio por las tardes...música y noticias de lo que escucha mi mamá allí nos enteramos de las cosas que pasan..."*

*El Fresno, Chilpancingo de los Bravo, Guerrero*

*"...siempre he pensado que no es lo mismo en la tele o en la radio..."*

*Persona adulta, Linda Vista, del Nayar, Nayarit*

*"...pues también la tele perjudica, porque a veces se quedan encerrados, en los cuartos viendo la tele..."*

*Persona adulta, La Victoria, Pinos, Zacatecas*

*"...los documentales y la programación educativa para los niños; por ejemplo, en Animal Planet que sale lo del cuidado y el respeto a los animales, siento que en toda la familia lo llevamos a cabo. Otro ejemplo, en las noticias que sale mucho de lo niños que se pierden o que se roban, pues cuidar más a nuestros hijos, no dejarlos salir solos, que no estén solos con cualquier persona..."*

*Persona adulta, La Victoria, Pinos, Zacatecas*

*"...para quitar el aburrimiento (ve televisión), también cuando no hay nadie con quien jugar ahí estar viendo la tele o nada más porque suben un nuevo video que me interesa ver..."*

*San José Independencia, Zongolica, Veracruz*

*"...porqué a veces ves programas donde aprendes..."*

*San José Independencia, Zongolica, Veracruz*

*(La radio me sirve para) "Informarme" (Es útil) "Porque así nos  
enteramos de más, te informa"  
Santa Fe, Torreón, Coahuila*

**¿Te han regañado por ver algún programa?**

*"...sí, porque decían maldiciones"  
Higinio Tanguma, Aldama, Tamaulipas*

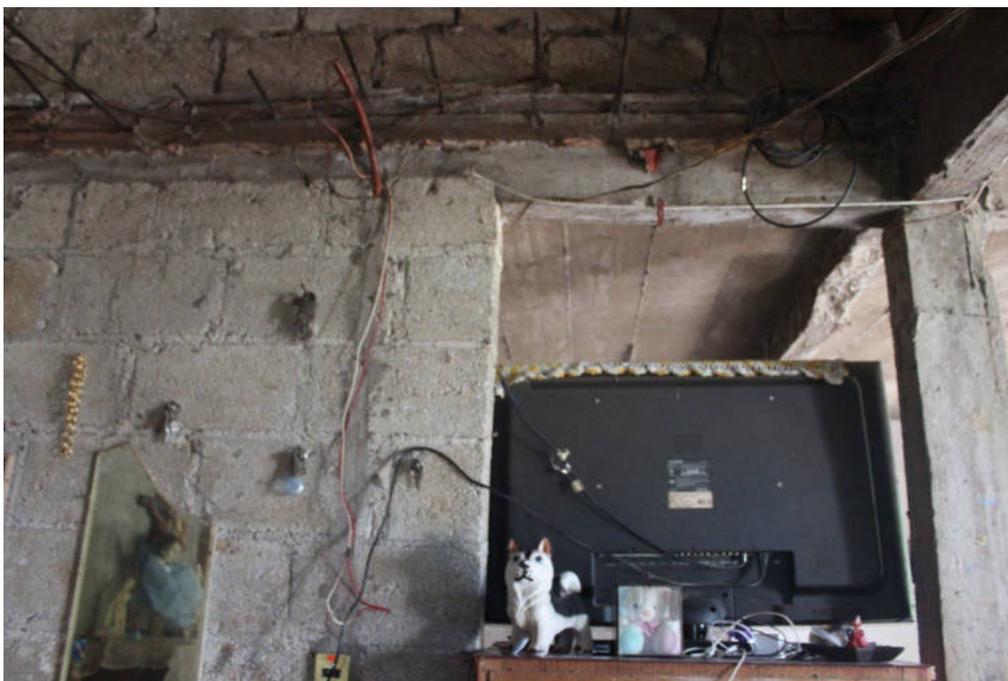
*"...lo que veo en la televisión no se parece a mí comunidad...no  
es lo mismo, tiene muchas cosas diferentes: no hay campo..."  
El Fresno, Chilpancingo de los Bravo, Guerrero*



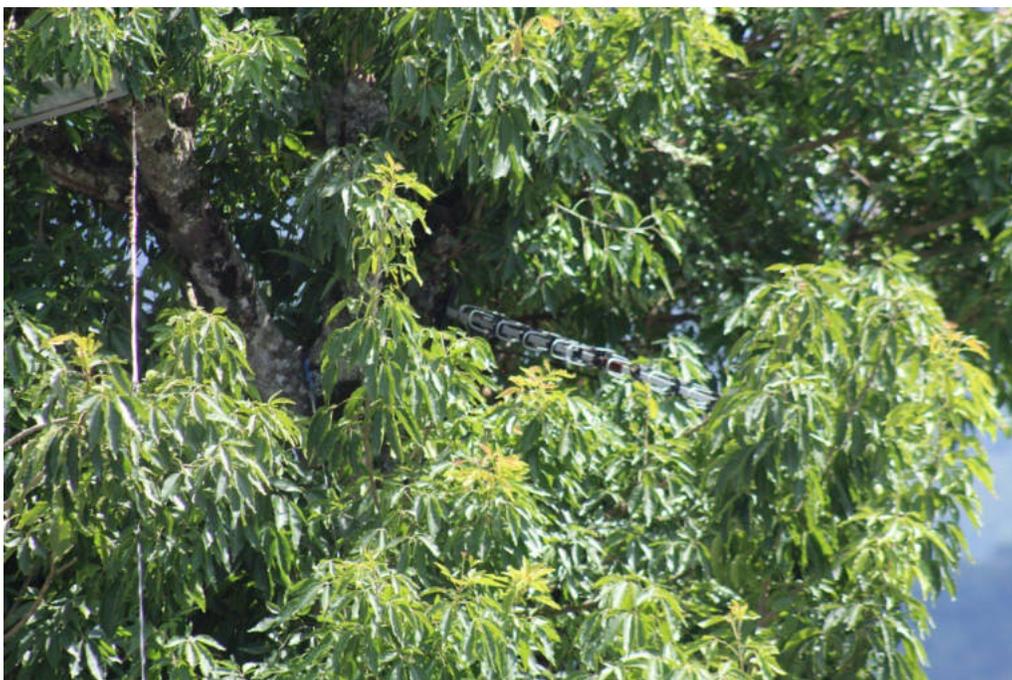
Arriba: Espacio para consumo de medios; abajo: televisor.  
San José Independencia, Zongolica, Veracruz.  
Región IV, Este.



Arriba: Equipo para reproducción de audios; abajo: aplicaciones de teléfono celular.  
San José Independencia, Zongolica, Veracruz.  
Región IV, Este.



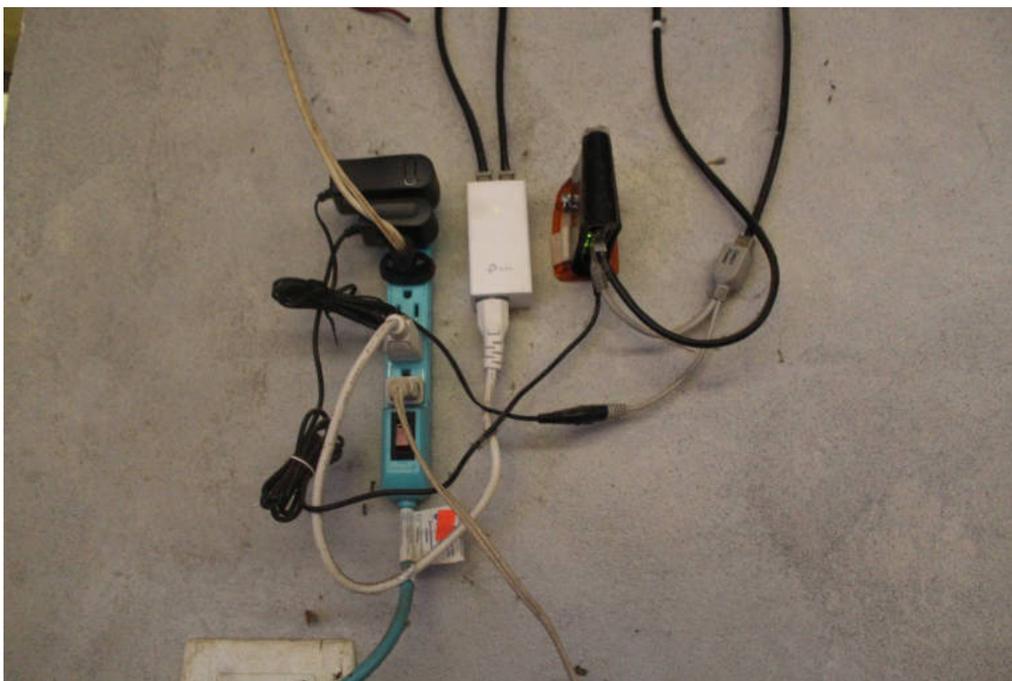
Arriba: Pantalla plana; abajo: conexión de antena.  
San José Independencia, Zongolica, Veracruz.  
Región IV, Este.



Arriba: cable de antena; abajo: antena para señales radiodifundidas.  
San José Independencia, Zongolica, Veracruz.  
Región IV, Este.



Arriba: espacio para consumo de medios; abajo: señal de televisión restringida.  
San José Independencia, Zongolica, Veracruz.  
Región IV, Este.



Arriba: espacio para conexión de dispositivos; abajo: módem.  
San José Independencia, Zongolica, Veracruz.  
Región IV, Este.

## COMENTARIOS FINALES

Los estudios **Hábitos de Consumo de Medios en Poblaciones Rurales e Importancia de la Radiodifusión en México** tuvieron como objetivo identificar, analizar y explicar las dinámicas de recepción y apropiación de medios de comunicación y creaciones audiovisuales a las cuales se exponen audiencias infantiles, habitantes de distintas zonas rurales del país.

De esta manera, se consideró relevante conocer las percepciones de niñas y niños, habitantes de entornos rurales sobre las creaciones sonoras y piezas audiovisuales, además de sus hábitos de exposición y consumo de medios de comunicación, poniendo atención en las representaciones de, en efecto, lo rural, ya que es el entorno primario en el que viven, pero, también de la apropiación que desde los contextos rurales se pueden hacer de las producciones mediáticas.

Sobre la infraestructura tecnológica, solo algunos de los hogares con niñas y niños tienen acceso a dispositivos para reproducir señales de radio, por lo que pareciera ser un medio con uso limitado en el contexto de estas infancias rurales: por el contrario, el televisor es el medio de comunicación más relevante debido a que su ubicuidad y disponibilidad dentro de estos hogares.

Asimismo, se observó que son las mujeres adultas del hogar quienes coinciden y comparten, en mayor medida, en el consumo de medios de comunicación con niñas y niños; lo anterior debido a que son quienes mayor tiempo dijeron pasar al interior de los hogares participantes, por lo que es más posible encontrarles en distintos horarios para escuchar la radio o ver la televisión, de tal forma que las infancias de ámbitos rurales no solo consumen la programación que deciden ver, sino que también se exponen a lo que las personas a su alrededor elijen.

Asimismo, el consumo de medios de comunicación por parte de las infancias rurales está vinculado a la conexión a internet, y en específico por redes sociales, canales de videos bajo demanda y servicios de mensajería instantánea. En su mayoría, esta exposición está condicionada a las preferencias individuales, no obstante, la presencia de los inherentes sesgos colectivos, desde donde eligen obras sonoras y audiovisuales de acuerdo con sus propios intereses.

En la mayoría de los hogares se registró que niñas y niños aún no tienen acceso total a redes sociales; su consumo, en especial el de videos dentro de estas plataformas, está condicionado a la os familiares adultos.

Por otro lado, la exposición a medios de comunicación y sus contenidos da pie a diversas dinámicas de recepción y apropiación, encontrando que niñas y niños utilizan los medios para desarrollar habilidades académicas, sociales y cívicas. Asimismo, se reconocen valores en los programas que consumen y se asume que las *caricaturas* son un género programático dirigido en automático hacia niñas y niños, sin que necesariamente se cuestionen los argumentos.

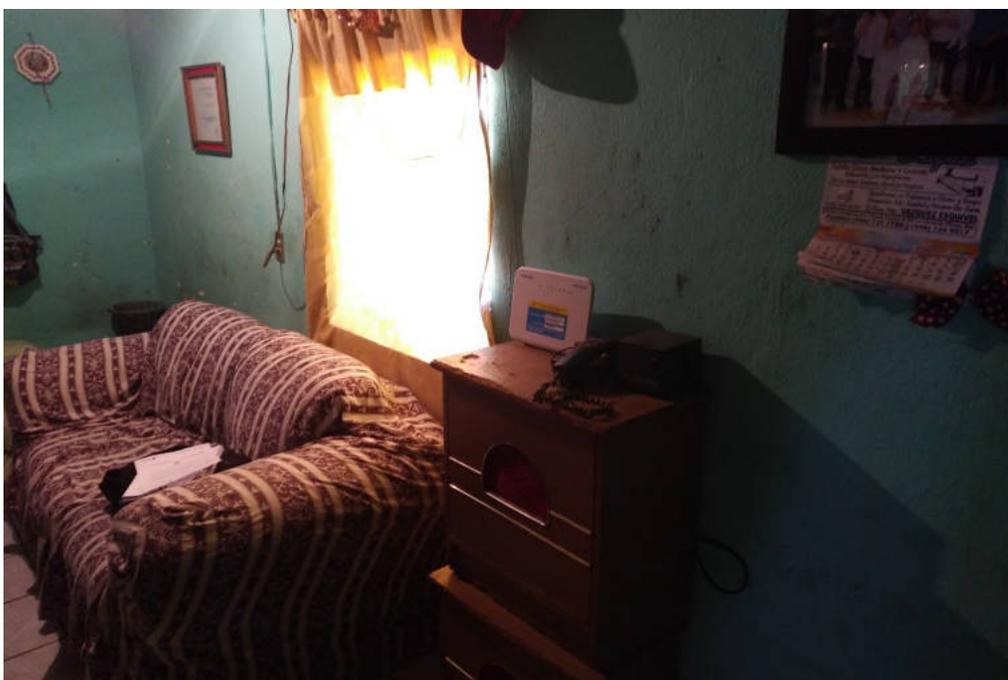
Se observó que, a pesar de posibles restricciones por parte de las personas responsables hacia las infancias, estas ven programas de contenido para adultos, sobre todo programas (como series y películas) transmitidos por la televisión y por plataformas OTT.

En ese sentido, en algunos hogares se considera que ciertas piezas audiovisuales que deberían transmitirse en horarios que no coincidan con la posibilidad del visionado o escucha por parte de las infancias rurales, además de proporcionar mayores indicaciones de la clasificación para que las personas adultas puedan decidir si permiten ver o acompañan a niñas y niños en su consumo mediático.

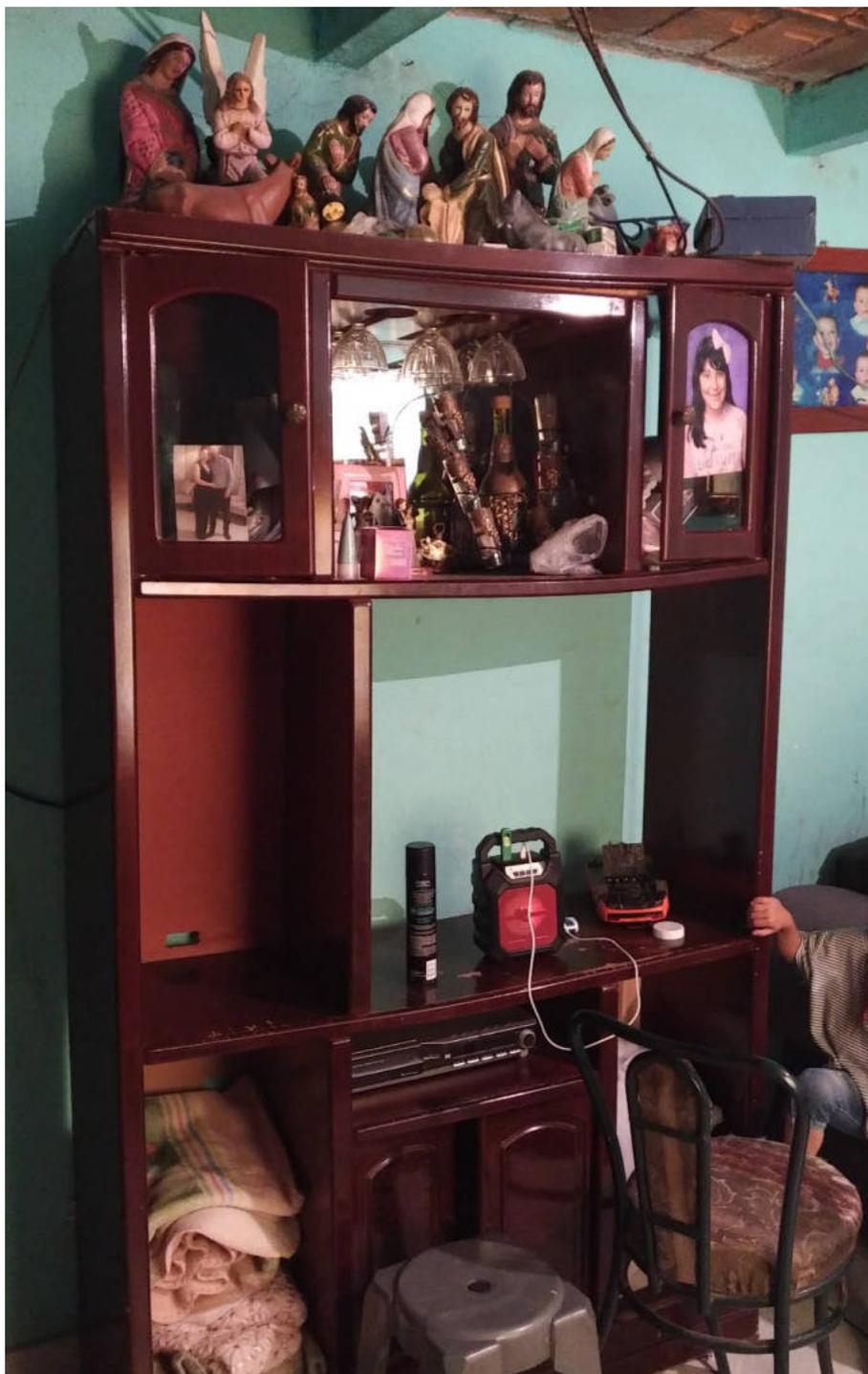
Es así como esta compilación de imágenes y participaciones sobre la relación de las infancias de contextos rurales con los medios de comunicación pretende contribuir con elementos para un entendimiento cada vez más integral de las distintas realidades de audiencias y usuarios del país. Este esfuerzo busca hacer visibles sus particularidades mediante aproximaciones de corte antropológico y sociológico, proporcionando una visión holística y detallada de cómo los servicios de radiodifusión y telecomunicaciones impactan en estas comunidades.

Además, se ofrecen niveles de análisis contrastados que abonan al desarrollo de líneas de investigación existentes. Estos análisis permiten una comprensión más profunda y matizada de las dinámicas sociales y culturales que configuran las interacciones de las infancias rurales con los medios de comunicación. Al integrar perspectivas interdisciplinarias, se facilita la identificación de patrones y tendencias que pueden ser fundamentales para futuras investigaciones.

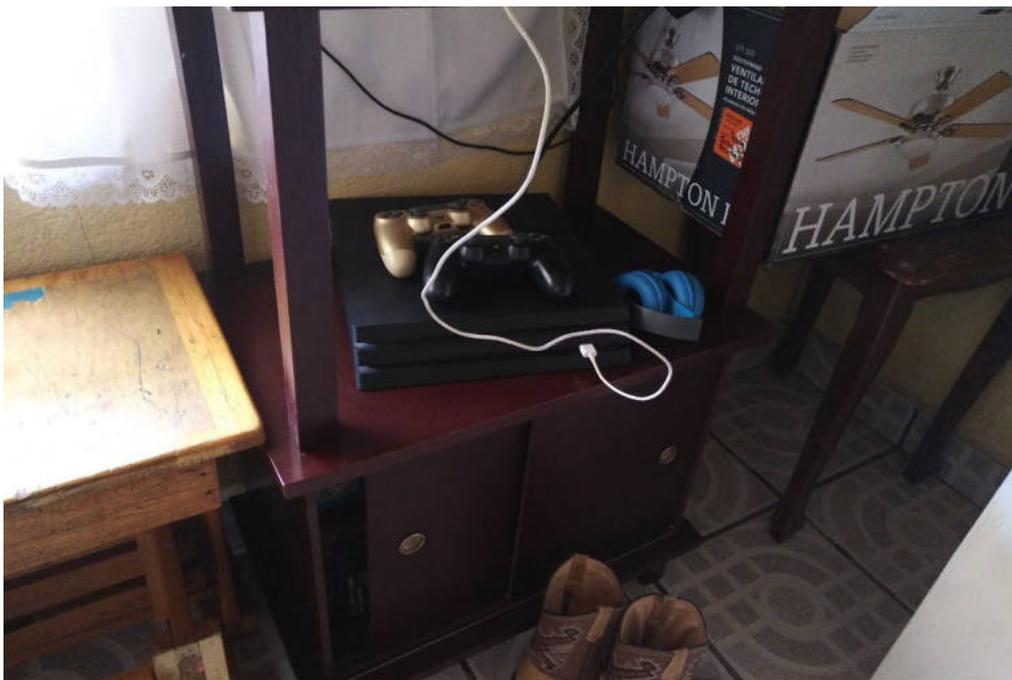
Finalmente, este documento funge como un elemento más que coadyuva en el diseño de políticas públicas focalizadas en el empoderamiento de las audiencias de México. Al proporcionar evidencia empírica y análisis detallados, se busca contribuir en la formulación de estrategias que promuevan la inclusión y el desarrollo de capacidades en las comunidades rurales. De esta manera, los estudios e investigaciones del Instituto Federal de Telecomunicaciones aportan elementos al fortalecimiento de un marco normativo que responda a las necesidades y particularidades de las audiencias en México, promoviendo una participación crítica y relación activa en el ámbito de los medios de comunicación.



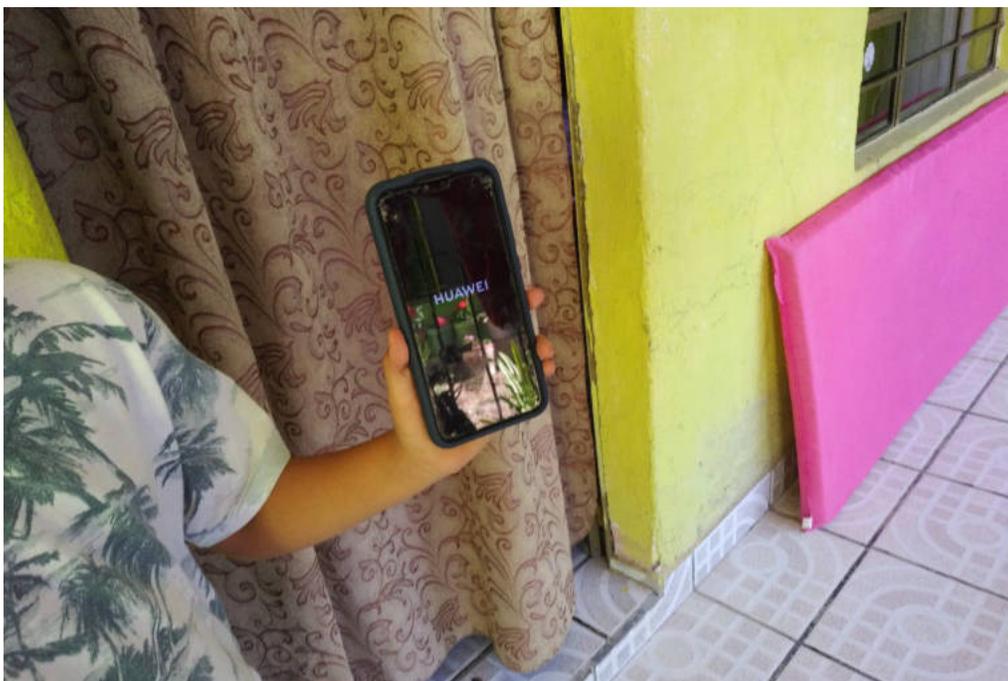
Arriba: televisor analógico; abajo: módem.  
La Victoria, Pinos, Zacatecas.  
Región, I Norte.



Espacio para consumo de medios.  
La Victoria, Pinos, Zacatecas.  
Región, I Norte.



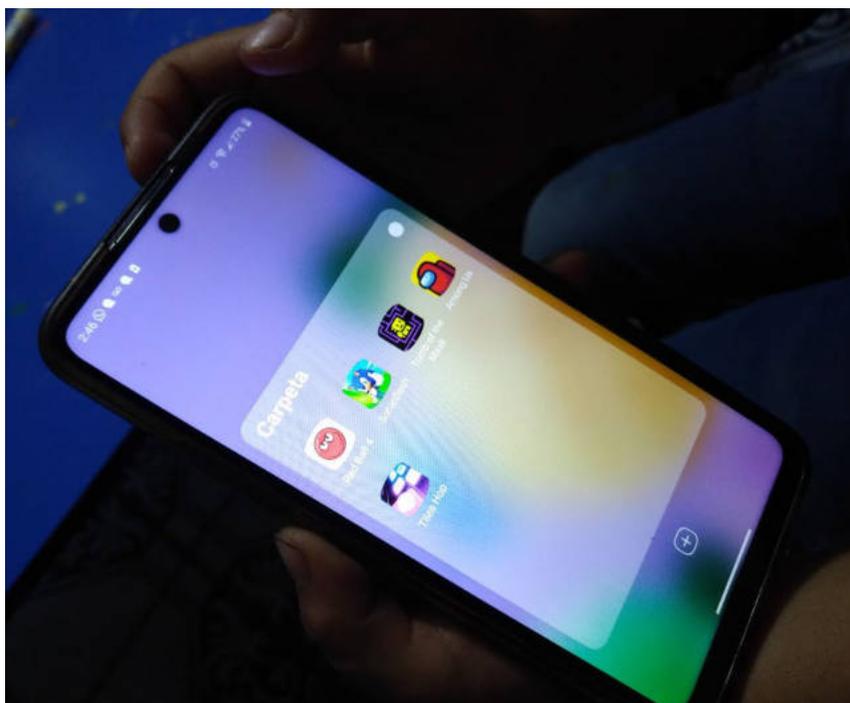
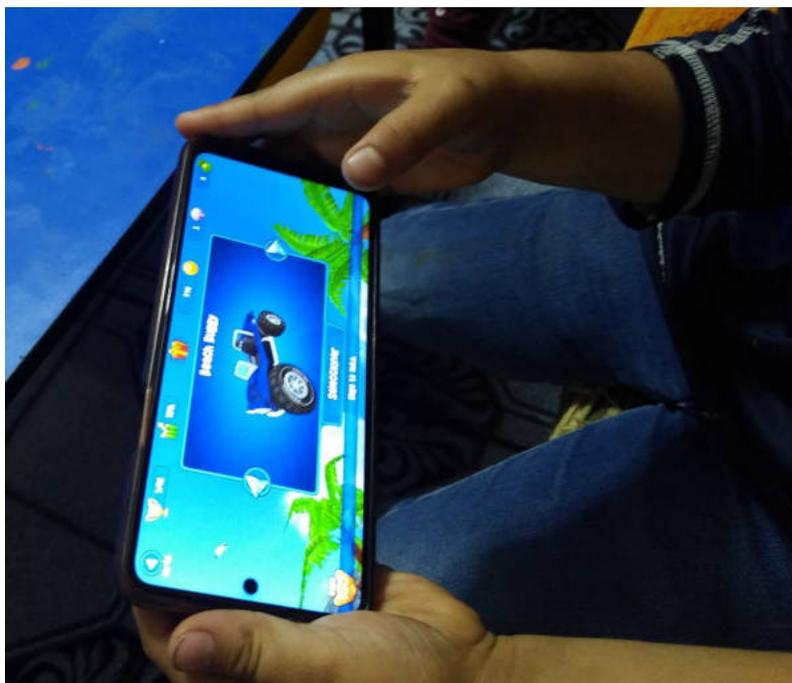
Arriba: pantalla plana; abajo: consola de videojuegos.  
La Victoria, Pinos, Zacatecas.  
Región, I Norte.



Arriba: niño con celular; abajo; consolas de videojuegos.  
La Victoria, Pinos, Zacatecas.  
Región, I Norte.



Espacio para consumo de medios.  
La Victoria, Pinos, Zacatecas.  
Región, I Norte.



Arriba: niño jugando con teléfono celular; abajo aplicaciones para teléfono celular.  
La Victoria, Pinos, Zacatecas.  
Región, I Norte.



Aplicaciones para teléfono celular.  
La Victoria, Pinos, Zacatecas.  
Región, I Norte.

## FUENTES DE INFORMACIÓN

- Instituto Federal de Telecomunicaciones. (Diciembre 2023). Estudio de Importancia de la Radiodifusión en México. Recuperado de [https://somosaudiencias.ift.org.mx/archivos/Est\\_Import\\_Radiodif.pdf](https://somosaudiencias.ift.org.mx/archivos/Est_Import_Radiodif.pdf) el 20 de enero de 2025.
- Instituto Federal de Telecomunicaciones. (Marzo 2024). Estudio de Evaluación de Audiencias de Radio: Informe Ejecutivo. Recuperado de [https://somosaudiencias.ift.org.mx/archivos/Est\\_Ev\\_aud\\_radio-Informe\\_Ejecutivo-VF-250324.pdf](https://somosaudiencias.ift.org.mx/archivos/Est_Ev_aud_radio-Informe_Ejecutivo-VF-250324.pdf) el 20 de enero de 2025.
- Asociación Mexicana de Agencias de Inteligencias de Mercado y Opinión Pública AC. (2021). Actualización NSE 2020. Presentación de diapositivas presentada en congreso IDEAS AMAI 2021.
- Centro de estudios para el desarrollo rural sustentable y la soberanía alimentaria. (2019). Los caminos en los pueblos y comunidades rurales, y su impacto en el desarrollo sustentable. CEDRSSA, recuperado de: [http://www.cedrssa.gob.mx/post\\_lost\\_n-caminos-n\\_en\\_los\\_pueblos\\_y\\_comunidades\\_rurales\\_y\\_n-su\\_impacto-n\\_en\\_el\\_desarrollo\\_rural\\_sustentable.htm](http://www.cedrssa.gob.mx/post_lost_n-caminos-n_en_los_pueblos_y_comunidades_rurales_y_n-su_impacto-n_en_el_desarrollo_rural_sustentable.htm)
- García-Manzanedo, H. (1968). Características socioculturales del medio rural latinoamericano: su influencia y su relación con la salud. Boletín de la oficina sanitaria panamericana, s/n recuperado de <https://iris.paho.org/bitstream/handle/10665.2/12767/v64n1p39.pdf?sequence>
- García-Sandoval, J.R., Aldape Ballesteros, L.R. y Esquivel, F.A. (2020). Perspectivas del desarrollo social y rural en México. Revista de ciencias sociales, 25(3), recuperado en línea de <https://www.redalyc.org/journal/280/28063519011/html/>

- Instituto Federal de Telecomunicaciones. (2021). Encuesta Nacional de Consumo de Contenidos Audiovisuales: Reporte Especial 2020-2021. Consultado el 30 de noviembre de 2022 de [https://somosaudiencias.ift.org.mx/archivos/01Reporte\\_final\\_ENCCA2020-2021vp2\\_.pdf](https://somosaudiencias.ift.org.mx/archivos/01Reporte_final_ENCCA2020-2021vp2_.pdf)
- Instituto Nacional de Geografía y Estadística. (2020). Características de las localidades 2020. Consultado el 30 de noviembre de 2022 de [https://www.inegi.org.mx/contenidos/programas/ccpv/2020/tabulados/otros/caracteristicas\\_localidades\\_2020.xlsx](https://www.inegi.org.mx/contenidos/programas/ccpv/2020/tabulados/otros/caracteristicas_localidades_2020.xlsx)
- Instituto Nacional de Geografía y Estadística. (2021). Distribución de la población por tamaño de localidad y su relación con el medio ambiente. Consultado el 30 de noviembre de 2022 de <https://www.inegi.org.mx/eventos/2015/poblacion/doc/p-walterrangel.pdf>