

INFORME CUALITATIVO: MUJERES Y CONTENIDOS INFORMATIVOS EN MÉXICO

En el marco del Día Internacional
de la Mujer 2025

8 DE MARZO
2025



UNIDAD DE MEDIOS Y CONTENIDOS AUDIOVISUALES

En el marco del Día Internacional de la Mujer, el presente documento forma parte de las diferentes acciones y proyectos que el Instituto Federal de Telecomunicaciones lleva a cabo como un ejercicio de promoción de la igualdad de género.

Particularmente, el Instituto ha realizado diversos estudios de carácter cualitativo con perspectiva de género, cuyo objetivo ha sido visibilizar la opinión de las mujeres respecto de la relación que establecen con los medios de comunicación; además de identificar la presencia de estereotipos en los contenidos audiovisuales y ponderar la influencia que estos tienen en la construcción y reforzamiento de imaginarios en las audiencias.

Aunado a lo anterior, y debido al papel central que los medios de comunicación masivos ejercen tanto en la conformación de representaciones de las sociedades como en la difusión de estereotipos, el presente documento compila una serie de **OPINIONES DE MUJERES EN TORNO A LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y LOS CONTENIDOS INFORMATIVOS**, registrados en diferentes ejercicios de investigación desarrollados por el IFT.

Es así como en marzo de 2025, el Instituto hace pública una compilación de participaciones con información diversa en términos geográficos y sociodemográficos, sin pretensión de escalabilidad o representatividad nacional, pero sí con aportes plurales para entender hábitos de consumo, apropiación y valoración de contenidos informativos, de opinión y debate desde la voz de mujeres de distintas zonas del país.

Para conocer los **detalles metodológicos** de los ejercicios de investigación consultados para la construcción del presente documento, se sugiere **consultarles** de manera individual en los vínculos referenciados en el apartado **Fuentes de información**, o en el **Centro de Documentación del micrositio Somos Audiencias**: <https://somosaudiencias.ift.org.mx/>



Las verbalizaciones presentadas en el documento se acompañan de imágenes realizadas a través del recurso Microsoft. (2025). Imagen de mujeres y su relación con medios de comunicación (Imagen generada por IA). Generador de Imágenes de Bing. <https://www.bing.com/images/create>

ÍNDICE DE VERBALIZACIONES



Microsoft. (2025). Imagen de mujeres y su relación con medios de comunicación (Imagen generada por IA). Generador de Imágenes de Bing. <https://www.bing.com/images/create>

- EXPOSICIÓN Y CONSUMO DE INFORMATIVOS
- EXPOSICIÓN Y CONSUMO EN VERSIÓN IMPRESA
- EXPOSICIÓN Y CONSUMO EN VERSIÓN DIGITAL
- TEMAS DE INTERÉS
- SOBRE LA OFERTA DE CONTENIDOS LOCALES
- VALORACIÓN DE LA OFERTA
- DINÁMICAS DE APROPIACIÓN
- IMPACTO DE LOS CONTENIDOS INFORMATIVOS
- SOBRE EL FINANCIAMIENTO
- SOBRE EL AMARILLISMO
- SOBRE LA DESINFORMACIÓN
- SOBRE LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN
- ¿QUÉ PUEDEN MEJORAR LOS CONTENIDOS INFORMATIVOS?
- FUENTES DE INFORMACIÓN

EXPOSICIÓN Y CONSUMO DE INFORMATIVOS

"...por lo regular veo la televisión en la noche, bueno en la tarde noche, y por la mañana la escucho al hacer mis actividades, pongo el noticiero y le subo todo el volumen, oigo algo que llama mi atención y corro a ver la nota..."

Veracruz, 25-34, ABC+

"...los horarios que más consumo es en la mañana antes de empezar a trabajar y por la noche; (...) en la mañana lo que consumo más es información para leer; generalmente, una revista que sigo se llama Mi Gala y El País..."

Ciudad de México, 30-44, DD+

EXPOSICIÓN Y CONSUMO DE INFORMATIVOS



Microsoft. (2025). Imagen de mujeres y su relación con medios de comunicación (Imagen generada por IA). Generador de Imágenes de Bing. <https://www.bing.com/images/create>

"...yo veo noticias en la mañana y en la noche, todo el Canal 2 o alguna noticia relevante que se está viendo y en la noche veo noticias y series..."

Tuxtla Gutiérrez, 25-34, ABC+

"...Adela Micha y las noticias de las dos de la tarde: Meridiano..."

Tijuana, 45-54 , D

"...mi marido llega tarde entonces le dejamos la tele, él pone Netflix, algo de narcos, deportes o noticias; la niña se queda con él..."

Veracruz, 30-44, D

EXPOSICIÓN Y CONSUMO DE INFORMATIVOS

“...mi mamá sí escucha mucho las noticias en radio...”

Monterrey, 45 a 54, D

“...mi papá o tías suelen tener la tele prendida con noticieros locales y el radio también en el coche con mi papá...”

Mérida ,30 a 44, C

“...Alexa, porque a veces le pido ahí que reproduzca ciertos canales que yo ya tengo desde mi teléfono, entonces se conecta. (...) de hecho ahí uno puede escuchar radio, programas...”

Ciudad de México, 30-44 , DD+

EXPOSICIÓN Y CONSUMO DE INFORMATIVOS

“...veo media, escucho media hora, pues yo creo que eso es suficiente, ¿no? a veces tenemos una vida también muy ajetreada para dedicar tantas horas a informarnos al día de qué sucede, pero entonces (podemos) recurrir (...) a un resumen...”

Ciudad de México, 45-54, ABC+

“...a veces cuando tengo tiempo veo completa La Mañanera, cuando no, nada más por partes, pero ya sería por YouTube...”

Mérida, 30 a 44, D



Microsoft. (2025). Imagen de mujeres y su relación con medios de comunicación (Imagen generada por IA). Generador de Imágenes de Bing. <https://www.bing.com/images/create>

“...si voy a un Oxxo o voy a alguna tienda, siempre me quedo a ver la primera plana. O sea, sí, sí lo reviso, ¿no? Entonces, pues, pocas veces lo compro, a menos que sea una tragedia cerca de mi colonia, es cuando lo compro, sino nada más veo la portada.

(...) aunque no lo compre, pero también el morbo de ver la primera plana es el De Peso, que también lo encontramos en muchas tiendas de súper en Mérida...”

Mérida, 45-54, DD+

*“...¿impreso? no. Hace mucho, la verdad, que no consumo impreso... todavía el año pasado; tengo varias revistas, por ejemplo, tengo bastantes ejemplares de (...) Foreign Affairs; usualmente, cuando voy a los congresos, aprovecho y tomo cuantos ejemplares puedo; y son cómodos, pero la verdad es que ya **de forma reciente sí prefiero también las fuentes electrónicas...**”*

Tijuana, 30-44, ABC+

“...yo no consumo nada, ni revista, ni periódico...”

Monterrey, 45-54, ABC+

"...bueno, yo llego a consumir un poco (...) en mi periódico, no me acuerdo de los autores ni los escritores, pero sí llego a consumir un poco de política; no tanto de deporte, no soy muy fan del deporte, más como (noticia) nacional e internacional, como lo que está pasando en cualquier parte del mundo (...)

Sí, de prensa

¿De prensa?

¿y recuerdas algún periódico en especial?

(...) justamente ayer estaba leyendo uno, pero ya no me acuerdo. El periódico en especial al que estoy yo suscrita, de alguna manera, es La Jornada, que es el que más me gusta entre todos. Y sí, nada más ese. En algún otro tipo de como influencer o algo parecido, no tanto. No les tengo mucha fe en su palabra.

¿y de La Jornada es en su versión papel?

Sí, en versión papel..."

"...ocasionalmente voy a confesar que hay personas que después del mediodía están vendiendo muy barato ya la edición periódica de periódicos locales que tenemos acá, como es el Mexicano y Frontera, y pues los llevo a comprar más como una suerte de donación a las personas, (...) por algunas columnas ocasionales que vienen y para cosas que tengo que hacer en casa con el periódico ¿no? que de pronto se necesita tener un par de periódicos por alguna emergencia o demás, pero sí, como (tal), lectura (...) del medio impreso, la verdad ya es digital..."

Tijuana, 30-44, ABC+



Microsoft. (2025). Imagen de mujeres y su relación con medios de comunicación (Imagen generada por IA). Generador de Imágenes de Bing. <https://www.bing.com/images/create>

“...en el celular, por medio de redes sociales...”

Guadalajara, 18 a 29, D

“...el horario en el que veo pues lo que es el contenido noticioso es básicamente la noche, por lo regular como alrededor de las nueve de la noche, nueve, diez, antes de acostarme prácticamente. Y pues prácticamente son noticias tanto nacionales como internacionales, a través de las plataformas digitales...”

Tijuana, 30-44, DD+

INFORMATIVOS EN VERSIÓN DIGITAL

“...así como que veo YouTube y alguno que, no sé, el encabezado o algo que me llame la atención, a lo mejor ahí me detengo un poquito, entro, veo a lo mejor nada más. Igual y si empieza y le adelanto un poco y ya lo que, al punto que me interese y ya de ahí me salgo. No estoy suscrita a ninguno, no sigo a nadie...”

Ciudad de México, 45-54, ABC+



Microsoft. (2025). Imagen de mujeres y su relación con medios de comunicación (Imagen generada por IA). Generador de Imágenes de Bing. <https://www.bing.com/images/create>



“...pues algunas veces en la radio y otras pues por medio de redes sociales (...) yo creo que Facebook, creo que es la que más llevo a checar y a ver. (...) desde (el) celular...”

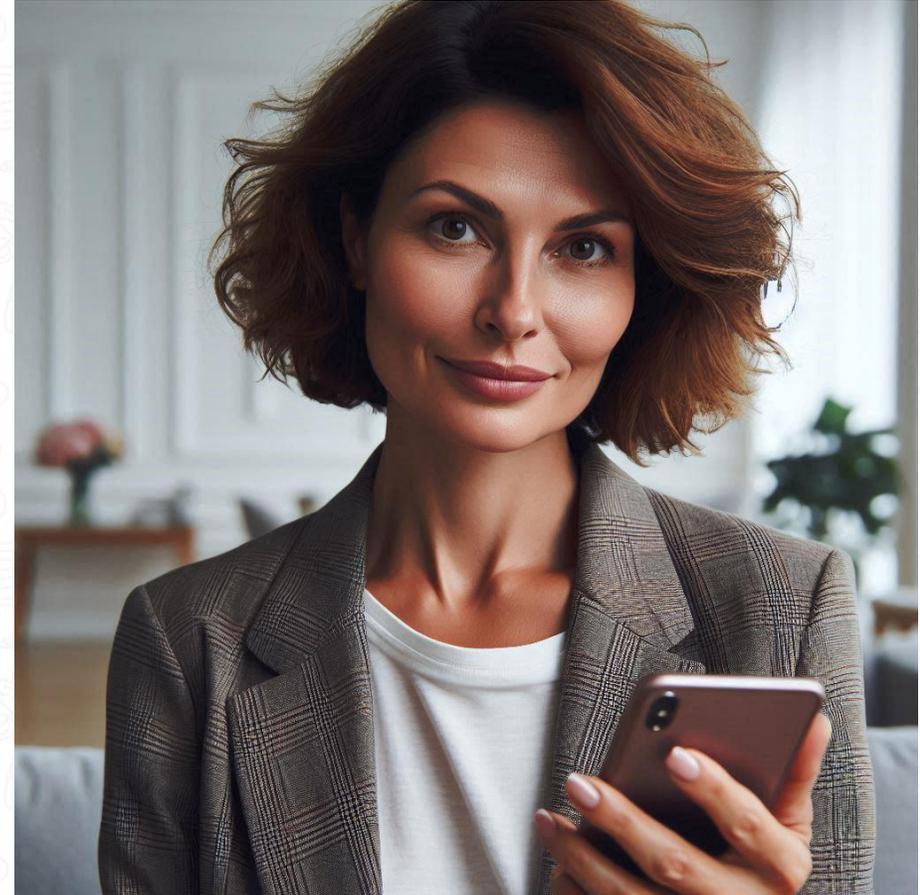
Mérida, 18-29, ABC+

Microsoft. (2025). Imagen de mujeres y su relación con medios de comunicación (Imagen generada por IA). Generador de Imágenes de Bing. <https://www.bing.com/images/create>

INFORMATIVOS EN VERSIÓN DIGITAL

“...en realidad, la manera en que reviso a veces periódicos es porque me sale alguna noticia en una red social. Ni siquiera es que a veces entre directamente al periódico, hay una noticia y la noticia es la que me hace ir a investigar y me arroja en la computadora; no sé, estoy viendo en TikTok qué pasó, supongamos, la tragedia o que viene el huracán. Entonces, yo ya tecleo huracán en Yucatán y de las opciones que me dé, ahí voy abriendo. Pero las redes sociales son las que me incitan a estar investigando de una manera formal la noticia...”

Mérida, 45-54, DD+



Microsoft. (2025). Imagen de mujeres y su relación con medios de comunicación (Imagen generada por IA). Generador de Imágenes de Bing. <https://www.bing.com/images/create>



Microsoft. (2025). Imagen de mujeres y su relación con medios de comunicación (Imagen generada por IA). Generador de Imágenes de Bing. <https://www.bing.com/images/create>

*“... en YouTube veo contenidos generales, me ayuda mucho con mis clases, y me gustan las cosas de ciencia y del espacio, también la ficción y todo eso (...) lo que más consumo son los **deportes**, en la televisión de paga, como ESPN (...), en televisión abierta lo que más consumo son los **programas culturales**, como la Guelaguetza, también los Óscar (...)”*

Tijuana, 45 a 54, D

*“(...) Lo que más consumo son **programas políticos, sobre todo en radio, es lo que más consumo diariamente y por cantidad de horas; y leo revistas, diarios y estoy suscrita a algunos newsletters de política...**”*

Mérida, 45-54, C

*“...a mí me gusta mucho **seguir a Miguel de la Cruz, que es de Cultura, de Canal 11; Debate 22, Perspectivas de Género, Primer Plano, y hay otro Rafael, no me acuerdo el apellido, pero es también, se llama Calle 11, que también me gusta mucho sus entrevistas, principalmente...**”*

Ciudad de México, 45 a 54, C+

*“(...) normalmente pues yo creo que es un **poquito de política**, no es como que consume tanto noticias, pero lo que más he visto es sobre política yo creo y **cosas que pasan en mi localidad y todo eso...**”*

Mérida, 18-29, ABC+

TEMAS DE INTERÉS

*“...lo que más consumo es una página que se llama **Círculo de Psicoanálisis y Marxismo** que habla acerca de temas sobre la **psicología y política** y otra página que se llama **Diálogos en Confianza**, creo que **forma parte de alguna cadena de televisión o algo así, pero yo lo veo por Facebook...**”*

Monterrey, 30 a 44 , D

*“...lo que busco tiene que ver con el **clima**: viajo mucho por mi trabajo al interior del estado... **parte es el clima, política local y nacional (...)** y **cultura**, si hay algún evento que me interesa, lo sigo: arte, exposiciones, cine, teatro, columnas, no sé, de alguna reseña de algo: aunque no lo vaya a consumir, sí me quiero **enterar, ¿no?...**”*

Mérida, 45-54, DD+

*“...veo **noticias, espectáculos nacional e internacional, política, incluso un poco de fútbol...**”*

Ciudad de México, 18-29 , D

SOBRE LA OFERTA DE INFORMATIVOS LOCALES

*“...pues yo sigo más lo que son **Las Mañaneras**, lo del Presidente Andrés Manuel, y pues aquí lo local, a Badillo, es más sobre lo que acontece aquí pues en el municipio donde vivo o en la zona metropolitana, y pues el presidente, pues nacional...”*

Monterrey, 30-44, DD+

*“...pues, por lo regular, muy esporádicamente **María Julia**, y pues el noticiero en la mañana, pero lo veo en sí porque ando para irme a trabajar y para ver pronósticos del tiempo y cosas locales...”*

Monterrey, 45-54, DD+

“...yo creo que pues igual le falta mucho; o sea, hay muy pocas cosas sobre noticias locales y mayormente todo es en redes sociales. O sea, en cuanto a televisión o radio, pues es muy poco... y sale más en redes sociales cosas locales...”

Mérida, 18-29, ABC+

VALORACIÓN DE LA OFERTA

*“... en cuanto a **objetividad**, pues creo que para nosotros como consumidores no es tan fácil poder asegurar que son objetivos, porque, a final de cuentas, en un debate cada quien da su punto de vista en relación al interés personal o del grupo que está manifestando. Creo que la objetividad, para nosotros, creo que es un poco complicada asegurarla ...”*

Guadalajara, 45-54, ABC+



Microsoft. (2025). Imagen de mujeres y su relación con medios de comunicación (Imagen generada por IA). Generador de Imágenes de Bing. <https://www.bing.com/images/create>

“...pues yo creo que (...) en los dos medios (TV Abierta y TV Restringida) se puede encontrar contenido de calidad. Pensaba en el Canal 22 o TV Now, que son canales como más enfocados hacia incluso cuestiones artísticas, con programas documentales... a mí me parece que son de muy buena calidad. Incluso he visto que (...) tienen como muchos documentales de la DW y (...) de BBC. Entonces, eso a mí me parece que es algo muy bueno.”

Y lo de paga, pues no necesariamente va a ser de buena calidad. Yo creo que se va a ir más bien hacia los gustos que uno vaya teniendo, vaya eligiendo y pues probar. O sea, hasta que no pagas por un contenido o una plataforma, te puedes dar cuenta de la calidad esperada...”

Ciudad de México, 30-44, DD+

“...En este caso, casi siempre consulto La Jornada, que tampoco ya es muy confiable, pero bueno...”

Mérida, 45-54, DD+

“...pues yo en lo personal, como les digo, no me gusta escuchar mucha violencia y hace tiempo atrás hablaba mucho de los desaparecidos (...) todo eso a mí (...) como que me ponía de nervios y yo le decía a mi esposo: ay no, yo no estoy preparada para eso (...) no quiero escuchar (...)

O sea, me cerraba, no sé si sería bueno o malo, pero por esos motivos ya no me gustan los noticieros, porque más que nada siento que hablan mucho de puras cosas negativas, puras cosas de guerra, y no, no me gusta, por lo menos en lo personal....”

Tijuana, 30-44, DD+

“(sobre los anuncios publicitarios)...yo creo que en todas partes había de política.

¿te incomodaba o te gustaba ver, informarte?

Pues, yo creo que llegó a un punto donde era muy repetitivo siempre escuchar sobre política, política, y era como que quería escuchar sobre algo más...”

Mérida, 18 -29, ABC+

DINÁMICAS DE APROPIACIÓN



“...hasta uno puede salir con la camarita y te subes tu noticia o tu video a YouTube y todo el mundo lo podemos ver...”

Ciudad de México, 45-54, ABC+

Microsoft. (2025). Imagen de mujeres y su relación con medios de comunicación (Imagen generada por IA). Generador de Imágenes de Bing. <https://www.bing.com/images/create>

“...pues la verdad a mí sí me ha pasado, como tal no que cambie completamente mi postura, pero sí me ha pasado que me hace ver las cosas desde otro punto, que quizá yo no tenía pues considerado.”

Entonces, no es algo tan radical como que completamente caiga en un fanatismo (...) pero sí me ha abierto como otras perspectivas que me doy cuenta que yo no tenía tomadas en cuenta; como cuando te dan otro punto de vista, ¿no? ...”

Ciudad de México, 30-44, DD+

“...pues, (...) lo que me gusta escuchar, como el clima, como el lavado, si voy a lavar o no voy a lavar, si voy a salir o no voy a salir, y las noticias, noticias, pues, celular, noticias...”

Mérida, 45-54, DD+

¿...alguna vez les ha pasado que cambien (...) o (...) refuerce su opinión a partir de (...) algún programa informativo?

"... yo supongo que sí (...) ha (...) reforzado mi opinión, solo que no sabría específicamente cómo que, pero sí, de qué me ha pasado, sí me ha pasado..."

Mérida, 18-29, ABC+

"...yo sí he tenido cambios de opinión o me he convencido más acerca de un tema..."

Guadalajara, 18-29, D

"...a mí lo que me motiva a ver lo que ocurre en nuestra sociedad, en el mundo o en el país es tener un tema de conversación..."

Ciudad de México, 30-44, C+

IMPACTO DE LOS CONTENIDOS INFORMATIVOS

“...yo pienso que los medios influyen mucho en las personas, por eso, o al menos yo, yo no me dejo influenciar por los medios, yo checo varias fuentes, podría decirse así, para desarrollar mi pensamiento crítico sobre la noticia y tener mis conclusiones pues no me dejó guiar por lo que dice una sola, sino que busco más opciones de medios...”

Monterrey, 30-44, D



Microsoft. (2025). Imagen de mujeres y su relación con medios de comunicación (Imagen generada por IA). Generador de Imágenes de Bing. <https://www.bing.com/images/create>

...respecto a los debates, programas de opinión. ¿ustedes consideran que ese tipo de programas polarizan, dividen una sociedad? ¿o al contrario, nos unen?

"...sí (...); yo creo que sí podría llegar a dividir con respecto a las opiniones que tenga cada persona..."

Mérida, 18-29, ABC+

"...creo que muchas personas igual se basaron de todo lo que escuchaban en las noticias para saber qué opinar..."

Mérida, 18-29, ABC+

"...cuando se vienen los periodos electorales, pues sí, hasta como que se busca estar al pendiente de los debates (...) y de las opiniones de expertos o de las mesas que se arman en torno a las elecciones; entonces, sí, yo creo que sí, tiene un impacto importante en la decisión electoral de la ciudadanía.

Me acuerdo (...) cuando (...) ganó Enrique Peña Nieto (...) hicieron un estudio donde vieron que por primera vez estaban votando muchas personas, y me acuerdo porque fue la primera vez que voté en elecciones presidenciales; entonces, decían que eso tenía un impacto muy muy fuerte en las elecciones.

(...) cada vez encontramos más medios de comunicación y de discusión que (...) pues entran en nuestro túnel de conciencia y en el poder de decisión que tenemos..."

Ciudad de México, 30-44 DD+

“...los medios de comunicación tienen un costo ¿quién consideras que debe financiarlos? ¿las audiencias, el Estado, o los anunciantes? ¿o todos?”

...pues yo igual supongo que todos deberían de contribuir con eso; por lo menos compartido...”

Mérida, 18-29, ABC+

“...yo creo que es responsabilidad, por ejemplo, del gobierno en mantener informada a su población... y de los anunciantes, porque así es un ganar-ganar, ¿no? O sea, apoyo este medio y también promuevo mi marca. Yo creo que sería de ellos dos. O de los interesados, Televisa o TV Azteca, de particulares...”

Ciudad de México, 30-44, DD+

“...creo que es un tema complicado porque si lo paga el Estado puede estar justamente favoreciendo cosas del Estado y que muchas veces no puede ser neutral ante justamente darle una noticia o dar información sobre lo que está haciendo el gobierno. Lo mismo creo que si se mete una cuestión privada, o bueno, que ya sea que nosotros pagamos, pero al final necesitan una inversión, pues también ahí pueden moverse otros intereses que justamente pues sesguen la información...”

Ciudad de México, 18-29, C

¿Te incomodan ese tipo de noticias que mencionas, amarillistas?

Yo creo que sí en ocasiones...”

Mérida, 18 a 29, ABC+

“...eso de lo del COVID (...) fue manejado a su beneficio de ellos (...) ahí te decían que cómo te trataban en el hospital o cómo eran los doctores y ya tú ibas y definitivamente no era así. Entonces (...) es lo que digo (...) te espantaban (...) los noticieros (...) (de que) literalmente estábamos ya por extinguirnos y absolutamente no...”

Ciudad de México, 45-54, ABC+

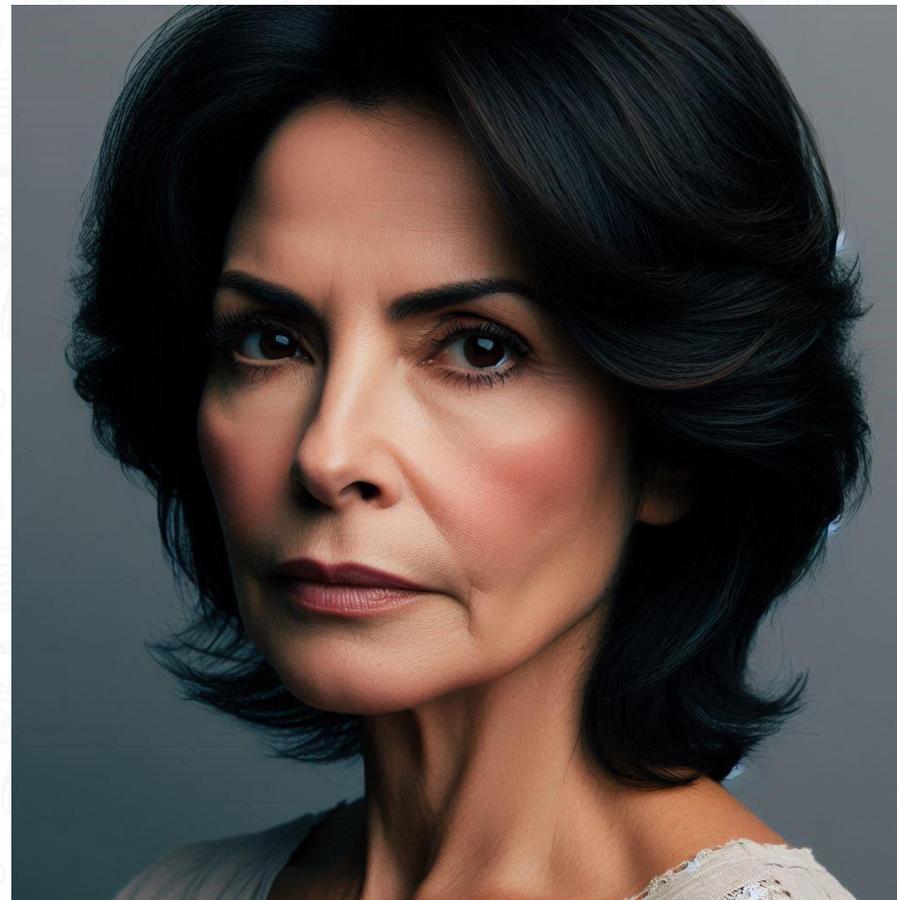
“...en los debates presidenciales que se transmitieron, se perdió mucho el fin de semana, en vez de informar sobre las propuestas de cada (...) (candidato), se tomó como una burla o simplemente fue para crear polémica. Entonces creo que ahí se perdió un poquito el sentido del debate...”

Guadalajara, 18-29, C

SOBRE EL AMARILLISMO

"...hay noticieros que de repente se salen de la noticia para hacerlo muy amarillista. Hay un programa que cómo me gusta, pero odio mucho al que habla, uno de los conductores (...) que de repente (le) sale el amarillismo, (en) la forma de hablar, en dar la noticia; o sea, como que cuiden ese tipo de cosas para impartir algún noticiero..."

Monterrey, 45-54, ABC+



Microsoft. (2025). Imagen de mujeres y su relación con medios de comunicación (Imagen generada por IA). Generador de Imágenes de Bing. <https://www.bing.com/images/create>

SOBRE LA DESINFORMACIÓN

“...estoy pensando que me gustaría conocer más sobre las dinámicas sobre el periodismo y la difusión de la información (...)

...algunas (...) debilidades (de los medios de comunicación) pues es esta dimensión de información, que (...) tiende(n) a llevarnos a consumir (...) noticias falsas o contenido falso, (...) insuficiente o (...) ya demasiado manipulado y (...) pues esto genera más desinformación que información...”

Tijuana, 30-44, ABC+



Microsoft. (2025). Imagen de mujeres y su relación con medios de comunicación (Imagen generada por IA). Generador de Imágenes de Bing. <https://www.bing.com/images/create>

SOBRE LA DESINFORMACIÓN



Microsoft. (2025). Imagen de mujeres y su relación con medios de comunicación (Imagen generada por IA). Generador de Imágenes de Bing. <https://www.bing.com/images/create>

*“...o sea, hay cosas que a veces le digo a mi esposo, pues es lógica (...) ¿eso cómo va a suceder? ¿no? Dice, pues sí, verdad (...) entonces (...) por eso (...) yo **no veo noticias porque es solo creer lo que les interesa....** hay mucho de eso (...) el amarillismo, lo que les conviene, incluso yo **le digo, hasta hay que dudar hasta de los premios Nobel, de los Olimpiadas, ya no se sabe realmente ¿no?** si ya de repente uno dice, pues es que ya todo está planeado ¿no? Ya todos saben quién, cómo, teatro, circo ¿no? (...) **tiene uno que tener (...) un poquito de intuición, de lógica (...) por eso (...) pues hay que creer la mitad, ¿no? ...**”*

Ciudad de México, 45-54 ,ABC+

"...muchas veces en cuanto a noticias (...), no sé, hay cosas buenas, pero también hay cosas malas; o sea, cosas que no son totalmente realistas o ciertas, no sé cómo explicarlo ¿como verídicas?..."

"(sobre qué le provocan)...es más como, pues sí, enojo, porque son cosas que otras personas sí se pueden creer y no está bien; es como que (...) todos pensamos diferente, y si una persona no sabe el contexto en sí, pues puede creerse la noticia, entonces yo creo que está súper mal..."

Mérida, 18-29, ABC+

"...sí, los medios tradicionales tapan muchas cosas; hay mucha... digamos, falta de información al ciudadano, que te vas a las redes sociales y encuentras información que nadie te había dicho..."

Monterrey, 30-44, ABC+

"...nosotros vivimos muy cerca del metro donde cayó la línea 12 (...) y no es verdad; o sea, fue otra cosa muy diferente a lo que todos los medios dijeron de que había pasado (...) por eso a veces es uno (...) (incrédulo) de las noticias, porque uno lo está viviendo, lo está viendo y (dicen que) nunca pasa nada (...) incluso igual también en el temblor del 85..."

Ciudad de México, 45-54 ABC+

SOBRE LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN

"...igual opino que en redes sociales es más fácil expresar tu opinión porque pues está al alcance de poner un comentario, de compartir algo y poner lo que piensas acerca de eso, (...) en la televisión, la comunicación (...) como que es solamente (es) de la tele..."

Tijuana, 18-29 , ABC+



Microsoft. (2025). Imagen de mujeres y su relación con medios de comunicación (Imagen generada por IA). Generador de Imágenes de Bing. <https://www.bing.com/images/create>

SOBRE LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN

“...internet lo pondría en segundo lugar porque sí noto que censuran mucho algunos comentarios o personas que son de izquierda o de derecha (...) hablando de política; en YouTube pasa lo mismo, los pueden censurar y su cuenta queda ausente, no sé, hasta un mes... y en televisión he notado que no, al menos en televisión abierta (...) los canales clásicos: Televisa, TV Azteca, hablan, hablan, hablan y siempre están polarizados, siempre tienen la misma línea de programación y no los han censurado (...) creo que hay mucha libertad de expresión en la televisión abierta, al igual que la radio...”

Ciudad de México, 30-44, DD+

“...yo creo que... no sé, yo creo que podría ser en internet (...) porque creo que hay como que más libertad en ese caso; por ejemplo, en radio es (...) diferente el tipo de libertad que tienen de poder expresar todo lo que piensan, al igual que en televisión; yo siento que en internet es un poquito más liberal, pero no sé...”

Mérida, 18- 29, ABC+

SOBRE LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN

“...ahorita (...) ya vienen (...) jovencitos o personas comunes y corrientes (...) que son los que ahorita nos están informando (...) (es) a los que prefiero ver, que son mundialmente desconocidos, pero sé que realmente es cualquier persona que te suba una noticia.

(...) anteriormente, insisto, los noticieros únicamente te decían o te maquillaban la noticia; ahorita ya no, ahorita ya sí te lo dan más abierto, a lo mejor de manera más cruda, pero así ya lo entendemos o yo así lo percibo. Yo (...) no sigo a nadie, pero si siguiera, pues (...) sería a estas personas...”

Ciudad de México, 45-54, ABC+

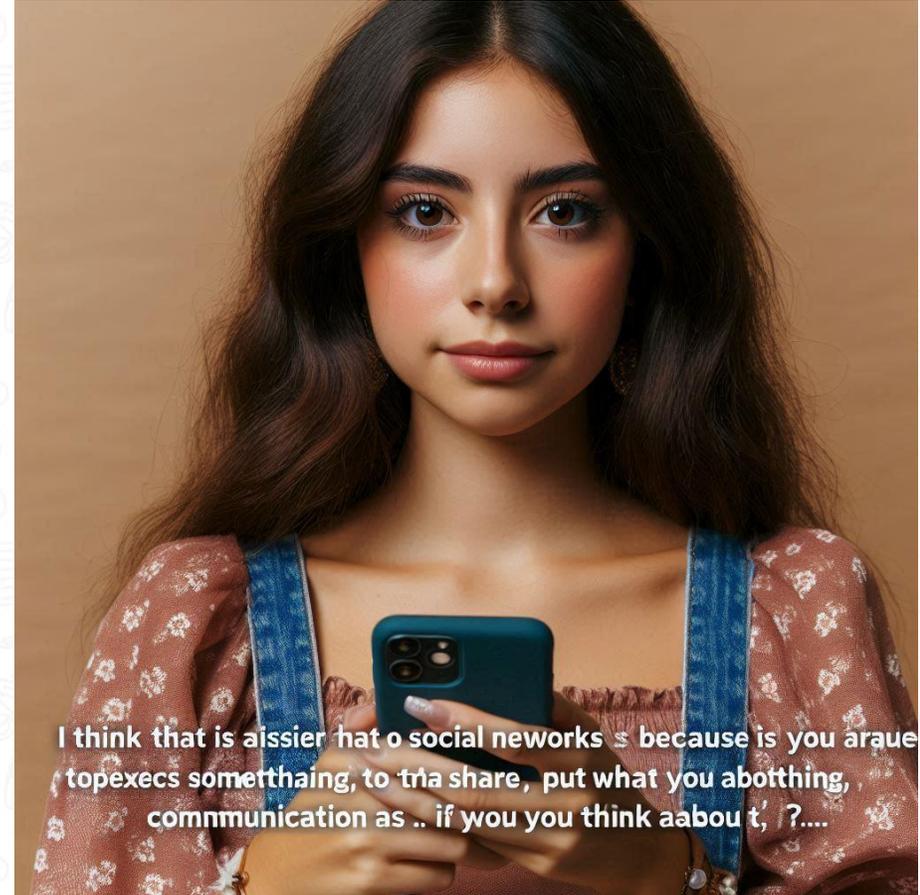
“...sí hay libertad de expresión, pero yo creo que se sale de contexto; o sea, es exagerada a veces (...) y hasta falta de respeto o cosas que no; digo, todos lo sabemos ¿verdad? pero a veces ya sale el contenido así, tal cual; y malas palabras (...) para ese tipo de programas yo creo que tendría que ser un horario (...) que no estén los niños (...) pero sí hay excesiva libertad de expresión (...) a veces no es el momento o no es el tiempo adecuado, pienso yo...”

Monterrey, 30-44, ABC+

¿QUÉ PUEDEN MEJORAR?

"...con respecto a nuestras generaciones, creo que ya somos más de que vemos todo en Internet, y muchas veces lo que sale en televisión y radio, yo creo que podrían mejorarlo para adaptarse a lo que hoy en día se consume, que es por Internet y redes sociales y cosas así..."

Mérida, 18-29, ABC+



I think that is aissier hat o social networks s because is you arauet
topexecs somethaing, to tría share, put what you abothing,
commmunication as .. if you you think aabout t, ?....

Microsoft. (2025). Imagen de mujeres y su relación con medios de comunicación (Imagen generada por IA). Generador de Imágenes de Bing. <https://www.bing.com/images/create>

¿QUÉ PUEDEN MEJORAR?

“...pues en ser más asertivos y explicar las noticias, o también darle relevancia a las noticias importantes, igual que, no sé, tener una página, como mencionaba, del estado donde podamos saber que esas noticias sí son de verdad, que si vienen de parte del gobierno, en vez de solamente los medios de comunicación, como el periódico o redes sociales. ...”

Tijuana, 18-29, ABC+

“...la veracidad de las noticias. Desafortunadamente a veces soltamos alguna noticia o algo que todavía no está confirmado y pues a veces lo hacemos popular o algo que ya pasó, también nos ha tocado, creo que últimamente que es muy común, que pasa algo, resulta que hay un nuevo impuesto, pero es algo que hace años sucedió y lo quieren retomar y lo quieren hacer realidad. Entonces, eso yo pensaría que pudieran ser las áreas de oportunidad para que fuera mejor...”

Guadalajara, 30-44, ABC+

¿QUÉ PUEDEN MEJORAR?



Microsoft. (2025). Imagen de mujeres y su relación con medios de comunicación (Imagen generada por IA). Generador de Imágenes de Bing. <https://www.bing.com/images/create>

"...yo creo que en la neutralidad que deben tener al proporcionar cualquier información, me parece que eso sería la parte medular de un medio informativo que parte desde la neutralidad, que no sean tendenciosos, y creo que es algo ya de lo que carecen la mayoría.

Por un lado me parece natural, porque está sujeto a una opinión, a un parecer de las y los periodistas, pero se supone que también para eso son profesionales y hay una formación profesional que los respalda, que los avala y que debería ser esa como la cualidad o la virtud principal de los medios periodísticos. Y pues bueno, carecen mucho de eso porque responde a intereses no personales, pues a lo mejor de otros sectores. Entonces para mí sería la neutralidad..."

Ciudad de México, 30-44, DD+

Las opiniones compiladas en el presente documento conforman un mosaico de la visión las mujeres participantes en diversos estudios del IFT; no obstante, deben ser consideradas como lo que son: expresiones individuales respecto de la relación establecida entre ellas, los medios de comunicación y sus contenidos. En ese sentido, a continuación, se presentan algunas reflexiones derivadas de las verbalizaciones presentadas.

- Los **dispositivos para acceder** a la información que les interesa **son diversos**: ven la televisión, escuchan la radio, le hablan a su asistente virtual en la bocina, tocan el teléfono y, a veces, incluso el periódico.
- Sus **momentos de exposición** hacia contenidos informativos **suelen ser determinados** por las **actividades y dinámicas diarias**; no obstante, **mañana y noche** son los horarios de consumo más referidos.
- La **decisión sobre las fuentes de información** no siempre es propia; en ocasiones está **supeditada a la elección de terceros** en entornos ajenos al hogar.
- Se reconoce que el **tiempo para dedicar la atención a informarse** es **limitado**, por lo que **se recurre a diversas estrategias** para permanecer informadas; entre ellos se mencionan **resúmenes**, **exposición a contenido diferenciado** entre plataformas o **manipulación en la reproducción** de contenidos.
- Son **receptivas a informarse** de una amplia **variedad de temas**, pero solo **profundizan** en una nota cuando tienen un interés muy particular.

- Con independencia de permanecer informada del acontecer internacional y nacional, les resulta importante conocer información local que les permita tomar decisiones que afectan su día a día.
- Se valora la amplitud y diversidad de opciones informativas, con independencia de los grados de calidad atribuida a cada opción referida.
- Se asume que es difícil asegurar la objetividad en las opiniones durante la programación informativa ya que estas usualmente responden a intereses de particulares.
- Existe una conciencia sobre la posibilidad que permite internet de contrastar la información que se recibe a través de medios masivos, incluyendo la posibilidad de convertirse en quien informa.
- Se reconoce la influencia de los contenidos informativos en el cambio o reforzamiento de las ideas y opiniones de las audiencias. Asimismo, se valora la utilidad diaria de la información que se les presenta.

- Se entiende que el financiamiento hacia los medios de comunicación acarrea un sesgo inherente al conflicto de intereses que puede representar la posición de quién eroga respecto de la nota que se informa.
- Consideran que el amarillismo y la desinformación distraen y no aportan a la construcción de sociedades informadas.
- Reconocen la existencia de distintos espacios informativos en los que es posible encontrar libertad de expresión.
- Asertividad, relevancia, veracidad y neutralidad, además de actualización a nuevas tecnologías y formatos, son algunas de las cosas que las audiencias mencionan podrían ayudar a mejorar los contenidos informativos.

- Instituto Federal de Telecomunicaciones (s.f.) Estudio cualitativo sobre la inclusión y representación de género en los medios y contenidos audiovisuales. Recuperado de https://umca.ift.org.mx/uploads/contenido_tema/251/2.%20Estudio%20Cualitativo%20sobre%20la%20Inclusio%CC%81n%20y%20Representacio%CC%81n%20de%20Ge%CC%81nero%20en%20los%20Medios%20y%20Contenidos%20Audiovisuales.pdf el 28 de febrero de 2025.
- Instituto Federal de Telecomunicaciones. (s.f.) Estudio cualitativo sobre la inclusión y representación de las audiencias masculinas en los medios y contenidos audiovisuales. Recuperado de https://umca.ift.org.mx/uploads/contenido_tema/252/3.%20Estudio%20cualitativo%20sobre%20la%20inclusio%CC%81n%20y%20representacio%CC%81n%20de%20las%20audiencias%20masculinas%20en%20los%20medios%20y%20contenidos%20audiovisuales.pdf el 28 de febrero de 2025.
- Instituto Federal de Telecomunicaciones. (s.f.). Estudio cualitativo sobre la inclusión y representación de género en los medios y contenidos audiovisuales, desde la perspectiva de niñas y niños. Recuperado de https://somosaudiencias.ift.org.mx/archivos/estudiocualitativosobrelainclusionyrepresentaciondegeneroenlosmediosycontenidosaudiovisualesdesdelap_3.pdf el 27 de febrero de 2025.
- Instituto Federal de Telecomunicaciones. (2024). Estudio cualitativo sobre la recepción de contenidos informativos y de opinión. Informe de resultados. Recuperado de https://somosaudiencias.ift.org.mx/archivos/Est_Cont_Informativos_Inf_result.pdf el 18 de febrero de 2025.