



INSTITUTO FEDERAL DE  
TELECOMUNICACIONES

# HÁBITOS DE CONSUMO DE MEDIOS EN POBLACIONES RURALES

NOVIEMBRE 2023



UNIDAD DE MEDIOS Y CONTENIDOS AUDIOVISUALES

INTRODUCCIÓN.....	5
MARCO TEÓRICO.....	12
Audiencias.....	12
Audiencias rurales y la ruralidad.....	13
Representaciones mediáticas.....	14
Apropiación.....	15
Antecedentes de estudios de audiencias en poblaciones rurales.....	17
MARCO METODOLÓGICO.....	20
CARACTERÍSTICAS SOCIOCULTURALES EN LAS PLAZAS DEL ESTUDIO.....	25
Linda Vista, Nayarit.....	25
El Fresno, Guerrero.....	26
San José Independencia, Veracruz.....	28
Casimiro Leco, Michoacán.....	28
Imí, Campeche.....	30
La Victoria, Zacatecas.....	32
Higinio Tanguma, Tamaulipas.....	33
INFRAESTRUCTURA TECNOLÓGICA.....	35



Linda Vista, Nayarit.....	35
El Fresno, Guerrero.....	38
San José Independencia, Veracruz.....	40
Casimiro Leco, Michoacán.....	43
Imí, Campeche.....	45
San Francisco Temetzontla, Tlaxcala.....	46
La Victoria, Zacatecas.....	48
Higinio Tanguma, Tamaulipas.....	49
<b>HÁBITOS Y PREFERENCIAS DE CONSUMO DE MEDIOS.....</b>	<b>51</b>
Hábitos y preferencias de consumo de televisión.....	51
Hábitos y preferencias de consumo de internet.....	70
Hábitos y preferencias de consumo de radio.....	90
<b>RECEPCIÓN Y APROPIACIÓN DE CONTENIDOS AUDIOVISUALES</b> .....	<b>103</b>
Adecuación del contenido al ámbito local.....	103
Modificación de comportamientos.....	108
Audiencias infantiles.....	112
Contenidos específicos.....	114
Creación de contenidos.....	116



<b>BARRERAS Y ESTRATEGIAS DE ACCESO A MEDIOS Y SUS CONTENIDOS .....</b>	<b>119</b>
Barreras en poblaciones con un grado de marginación muy alto. ....	119
Barreras en poblaciones con un grado de marginación muy bajo. ....	122
Estrategias implementadas en localidades con un grado de marginación muy alto. ....	125
Estrategias implementadas en localidades con un grado de marginación muy bajo. ....	127
<b>REPRESENTACIÓN RURAL Y SUS PERCEPCIONES .....</b>	<b>130</b>
Identificación de representaciones de lo rural. ....	130
Percepciones en torno a las representaciones identificadas. ....	135
Percepciones de representaciones negativas. ....	137
<b>IMPACTO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN .....</b>	<b>140</b>
Utilidad de los contenidos audiovisuales. ....	140
Impacto de los medios en el ámbito local. ....	143
Medios y pandemia por COVID-19. ....	145
Educación a distancia. ....	146
<b>COMENTARIOS FINALES .....</b>	<b>149</b>
<b>REFERENCIAS.....</b>	<b>155</b>



# INTRODUCCIÓN

Entre junio y noviembre de 2022, el Instituto Federal de Telecomunicaciones, en virtud de sus atribuciones, emprendió un proyecto de alcance semi-nacional en ocho comunidades rurales del país para obtener información actualizada con respecto a las dinámicas de recepción y apropiación de medios y contenidos audiovisuales, presentes en audiencias infantiles y adultas delimitadas por el contexto rural.

En dicho Estudio los objetivos específicos corresponden al conocimiento y al análisis de:

- a) El contexto sociocultural de las comunidades incluidas en el estudio: historia, geografía, actividades económicas, expresiones culturales, entre otros elementos.
- b) La infraestructura tecnológica y servicios disponibles en las comunidades rurales para la exposición a contenidos audiovisuales, tanto aquella destinada para visionado individual, como familiar o colectivo.
- c) El impacto que la pandemia por COVID-19 tuvo en las comunidades estudiadas en materia de recepción y apropiación de medios y contenidos audiovisuales.
- d) Los hábitos y preferencias de consumo de contenidos audiovisuales dentro de las comunidades rurales a partir del género, grupo etario, tipo de hogar, nivel de marginación, roles sociales y escolaridad.
- e) Las barreras identificadas por los participantes para acceder a medios y contenidos audiovisuales en contextos de marginación, así como las medidas que emplean para contrarrestarlas o sustituirlas.

- f) Los procesos y niveles mediante los cuales las audiencias de las comunidades rurales reciben y se apropian de contenidos audiovisuales, e identificar, cómo estos influyen o modifican sus opiniones, comportamientos y condición de vida.
- g) La influencia que los medios y contenidos audiovisuales han tenido en el desarrollo individual, familiar y comunitario de las localidades.
- h) La percepción que las audiencias de las comunidades rurales tienen sobre su representación y, tratamiento de lo rural en los contenidos de radio, televisión e internet. La visibilidad que se brinda al medio rural en los contenidos, la reproducción de estigmas o estereotipos y sus recomendaciones para modificar dicha representación.

De tal forma que se contó con la participación de audiencias infantiles, adolescentes y adultas habitantes de diferentes localidades rurales del país; lo que permitió obtener una visión extensa y detallada de la materia de estudio y los contextos que la conforman posibilitando la reflexión sobre aspectos necesarios para coadyuvar en el desarrollo rural y en la comprensión de dicho entorno.

De esta manera, el proyecto de investigación contó con la inclusión de hogares con diferentes características sociodemográficas, para ofrecer una visión diferenciada del fenómeno de estudio. No obstante, es preciso aclarar que los resultados de esta investigación no son susceptibles de representatividad estadística ni son extrapolables a algún segmento de la población o áreas geográficas en particular, ello debido a que las características metodológicas del proyecto están enfocadas en comprender el objeto de estudio desde una variedad de aristas.

En cuanto a los criterios de inclusión del estudio, se seleccionarán hogares pertenecientes a comunidades rurales que se definen, según los criterios del



Instituto Nacional de Geografía y Estadística<sup>1</sup>, como lugares ocupados por una o más viviendas, con un nombre dado por ley o por la costumbre y cuyo tamaño de población es de 2,499 habitantes o menos. De forma adicional, se incluyen otras características comunes a las comunidades rurales que son marcadas por la literatura; como compartir características económicas, sociales y culturales, dedicar primordialmente sus actividades al sector primario<sup>2</sup>, mantener códigos de conducta específicos que rigen su comportamiento y encontrarse trastocadas por sistemas de exclusión caracterizadas por cinco niveles de marginación, establecidos por el Consejo Nacional de Población, que van desde muy bajos hasta muy altos<sup>3</sup>, que se caracterizan por la coexistencia de nueve indicadores siendo estos:

- Porcentaje de población analfabeta de 15 años o más.
- Porcentaje de población de 15 años o más sin educación básica.
- Porcentaje de ocupantes de viviendas sin drenaje ni excusado.
- Porcentaje de ocupantes en viviendas sin energía eléctrica.
- Porcentaje de ocupantes de viviendas sin agua entubada en el ámbito de la vivienda.
- Porcentaje de viviendas con hacinamiento.
- Porcentaje de ocupantes de viviendas con piso de tierra.
- Porcentaje de población que vive en localidades menores a cinco mil habitantes.
- Porcentaje de población ocupada con ingresos de hasta dos salarios mínimos.

---

<sup>1</sup> Distribución de la población por tamaño de localidad y su relación con el medio ambiente, INEGI consultado el 20 de octubre de 2021.

<sup>2</sup> 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 el 03/02/2022 de <https://www.redalyc.org/journal/280/28063519011/html/>

<sup>3</sup> 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 el 03/02/2022 de: [http://www.cedrssa.gob.mx/post\\_los\\_-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_los_-n-caminos-n-_en_los_pueblos_y_comunidades_rurales_-_y_-_n-su_impacto-n-_en_el_desarrollo_rural_sustentable.htm)

Posterior a la delimitación de las regiones, se seleccionarán comunidades rurales que compartan características en cuanto a su nivel de marginación; siendo los niveles para tomar en cuenta “muy bajo” y “muy alto”. Lo anterior, dada a la importancia teórica de la marginación en los estudios rurales, así como la posibilidad de contrastar diferentes realidades que se encuentran trastocadas por esta variable en diferente nivel.

Es así como, a partir de la aplicación de los criterios de inclusión descritos previamente, fue posible la selección de las siguientes comunidades:

- 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.

Con la finalidad de brindar un panorama que permita contextualizar los resultados del Estudio, el documento inicia con la presentación del MARCO TEÓRICO, que discute desde la literatura especializada, las concepciones más relevantes para el análisis del contexto rural como: definiciones conceptuales de audiencias y apropiación, así como sus referentes teóricos más importantes, y los antecedentes, nacionales e internacionales, en el estudio de las audiencias rurales.

Posteriormente, se realiza una DESCRIPCIÓN METODOLÓGICA del Estudio, mencionando los criterios de inclusión del estudio, las características de los hogares participantes y las técnicas de recolección de información puestas

en práctica. Detalles que serán necesarios para sistematizar los hallazgos expuestos.

A continuación, en CARACTERÍSTICAS SOCIOCULTURALES DE LAS PLAZAS DEL ESTUDIO se describen las variables geográficas, demográficas y socioculturales de las localidades participantes, esto con la finalidad de brindar información que contextualice los hallazgos de dichas audiencias con respecto a su exposición a medios y contenidos audiovisuales.

Esto, para continuar con la descripción de la INFRAESTRUCTURA TECNOLÓGICA para consumo de medios de los hogares participantes, lo anterior detallando las condiciones y disposición de infraestructura, servicios y equipamiento con los que estos cuentan; permitiendo explicar las formas en las que desarrollan, impulsan y solventan su acceso a medios y servicios digitales.

Posteriormente, en HÁBITOS Y PREFERENCIAS DE CONSUMO DE MEDIOS se describe las formas en las que los hogares participantes interactúan con la televisión, la radio y el internet. Lo anterior, tomando en cuenta aspectos como los horarios y las actividades que los mismos realizan cuando consumen contenidos audiovisuales; todo esto desde sus cotidianidades.

Lo anterior, permitirá explicar posteriormente las dinámicas de RECEPCIÓN Y APROPIACIÓN DE CONTENIDOS AUDIOVISUALES identificadas, detallando aquellos contenidos con los que se identifican los hogares participantes, los aprendizajes y cambios de conducta que extraen de estos y la forma en la que moldean sus vidas diarias.

Dando pie a la explicación de BARRERAS Y ESTRATEGIAS DE ACCESO A MEDIOS Y SUS CONTENIDOS, capítulo en el que se describe las principales variables que dificultan el acceso a medios de comunicación y sus contenidos para los hogares, así como las estrategias que emplean para

hacerles frente. Lo anterior, contrastado de acuerdo con el nivel de marginación de las localidades participantes.

Una vez clarificado en punto anterior, se proseguirá con la REPRESENTACIÓN RURAL Y SUS PERCEPCIONES describiendo las imágenes y referencias identificadas por los hogares con respecto a la ruralidad en medios de comunicación, así como las representaciones identificadas como favorables y desfavorables por estos.

A continuación, en IMPACTO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN se analizará la forma en la que estos han tenido relevancia para los hogares en diversos contextos como lo son en sus actividades económicas, en el ámbito local, durante la pandemia por COVID-19 y a través de la educación a distancia.

Finalmente, a manera de recapitulación, se presentan los **COMENTARIOS FINALES**, producto de este proyecto de investigación el cual da continuidad a la publicación de Estudios, realizados por el Instituto, los cuales permiten recabar la voz de distintas audiencias del país de manera actualizada; de esta manera, no solo se contribuye al enriquecimiento de líneas de investigación, sino que también al desarrollo de políticas públicas dirigidas al empoderamiento de las audiencias rurales de nuestro país.



INSTITUTO FEDERAL DE  
TELECOMUNICACIONES

# MARCO TEÓRICO



UNIDAD DE MEDIOS Y CONTENIDOS AUDIOVISUALES

# MARCO TEÓRICO

El estudio de las audiencias puede remontarse hasta principios y la primera mitad del siglo XX (por ejemplo, el trabajo pionero de Lasswell en 1927). Sin embargo, hasta mediados del siglo pasado menos de la mitad de los hogares contaban con aparatos de radio, y todavía en la década de 1970 eran pocas las televisiones en los hogares. Fue hasta la década de 1980 que en las viviendas (principalmente en las urbes) aumenta la disponibilidad de aparatos receptores de medios de comunicación. Cabe decir que, de forma paralela, aparecen otros medios que tienen desarrollos y raigambres distintos como lo son la prensa y el cine. Entonces, según Huertas Bailén (2015), en aquellos momentos incipientes de consumo masificado fue útil hablar de audiencias fragmentadas para diferenciar y representar la desigualdad de la audiencia, y en los momentos actuales se puede retomar la misma noción, pero, para indicar la ampliación de acceso a partir de las tecnologías digitales y de consumos que fluyen entre los hábitos y consumos colectivos e individuales.

## Audiencias

En los Lineamientos Generales sobre la Defensa de las Audiencias, se indica que las “audiencias” son: “Personas que perciben contenidos de audio o audiovisuales provistos a través del Servicio de Radiodifusión y del Servicio de Televisión y/o Audio Restringidos, según corresponda” (DOF, 21/12/2016, capítulo 1 Disposiciones generales, Art. 2.). Se trata de una delimitación hacia los medios de comunicación masivos, radio y televisión, aunque en los mismos lineamientos se incluyen otros recursos, como los vinculados a internet. Se sobreentiende que todos somos audiencias a partir de que, como indica Luhmann (2000), conocemos lo que sucede en nuestros

entornos y en el mundo a través de la variedad de los medios de comunicación y las extensiones que se facilitan por internet.

Cabe señalar que, si bien la composición básica de la audiencia son “personas que perciben contenidos”, deben considerarse distintos elementos socioculturales de las poblaciones que son producto y, al mismo tiempo, efecto de la heterogeneidad social. En este sentido, más que “audiencia” hay una variedad de audiencias que por la composición social van cambiando y generan apropiaciones situadas de los contenidos de maneras específicas (Hall, 1973; Huertas Bailén, 2015).

## Audiencias rurales y la ruralidad

Siguiendo la noción de audiencia heterogénea, aquella que puede situarse en contextos de características vinculadas a los entornos rurales y donde esas experiencias de vida son colectivas pueden denominarse, en términos generales, audiencia rural.

Una población rural, según el Inegi (s/f), es la que tiene menos de 2,500 habitantes. Este es un criterio relacionado sólo con el número de habitantes por lo que requiere ser complementado. Pueden retomarse elementos como el acceso a servicios (acceso a una carretera principal, a servicios públicos, a escuelas, etc.), 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). En este sentido, un elemento que se retoma en este estudio es el nivel de marginación porque es una dimensión multidimensional y estructural que refiere a la carencia de oportunidades sociales, inaccesibilidad a bienes y servicios (CONAPO, 2013).

Además de los aspectos estructurales que delinear 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.

Como puede observarse, este estudio se localiza y sitúa en poblaciones rurales, pero, se considera que la audiencia es heterogénea más allá del adjetivo rural por las características y expresiones de la ruralidad que en cada lugar emergen, en contraste y en 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 contenidos 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.

Para este estudio se considera que los medios de comunicación masivos han participado en la producción de imaginarios sociales en torno a las sociedades rurales. Las representaciones mediáticas se superponen a las realidades de lo que son los pueblos, las poblaciones, los entornos y experiencias rurales, transmiten fragmentos e ideas descontextualizadas (inevitable por las propias características de los medios de comunicación porque no pueden transmitir como panóptico). En este sentido, han fijado, formado y transmitido representaciones que reducen las manifestaciones culturales y riqueza histórica de las sociedades rurales.

## 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 la 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. 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, 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 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.

## Antecedentes de estudios de audiencias en poblaciones rurales

El Instituto Federal de Telecomunicaciones ha realizado dos estudios de hábitos y consumo de medios de comunicación entre población indígena (IFT, 2017 y 2021), los cuales se relacionan de manera indirecta con el presente estudio porque las poblaciones con quienes se trabajó se localizaban en contextos rurales. En dichos estudios se registró el acceso y disponibilidad de medios de comunicación en las localidades, la infraestructura de telecomunicaciones, y se identificó el creciente consumo de contenidos audiovisuales a través de dispositivos portátiles, principalmente de teléfonos celulares. También, se identificaron tendencias de hábitos de consumo, de apropiación de los contenidos y de interpretaciones en torno a las representaciones de las poblaciones indígenas.

Los acercamientos hacia los medios de comunicación y las poblaciones rurales han tenido un sesgo hacia procesos de cambio y desarrollo social, hacia reivindicaciones y movimientos sociales, lo cual es bastante relevante para conocer las formas como se apropian de los medios o de contenidos, y de las maneras como han impactado o se incorporan los medios de comunicación en dichas manifestaciones (González e Indira, 2012; Morales, 2020; Peña Mora, 2022). Son menores los trabajos que abordan a las audiencias desde su característica “rural”, algunos de estos se han enfocado en aspectos como el género (Ngimwa et al., 1997), la edad (Vinod y Pathak, 2019), o en medios específicos como la radio (Al-hassan et al., 2011), la televisión (La Pastina, 2004) y más recientemente por medio de internet (Guan et al., 2020).

Entre los aportes que pueden identificarse son: que el acceso a diferentes medios de comunicación ha estado limitada en las poblaciones fuera de los entornos urbanos, y con ello también el acceso a información relevante

para la población, ya sea en términos de educación formal (educación para adultos) como de aprendizajes para la vida (temas específicos relacionados con actividades productivas). En este sentido, los medios de comunicación juegan un papel relevante cuando son cercanos y transmiten contenidos y mensajes con fines sociales, precisamente porque los contextos rurales han tenido poco acceso a bienes y servicios. El acceso a medios y contenidos diferenciados ha comenzado a incrementarse a partir de las tecnologías y servicios digitales, aunque se concentra entre las poblaciones jóvenes.

Por otra parte, el IFT ha realizado desde el 2015 la Encuesta Nacional de Consumo de Contenidos Audiovisuales (ENCCA). De las tendencias de hábitos de consumos de medios, en la ENCCA del 2020-2021 se puede observar que en los hogares rurales el 80% indicaron que acostumbraban a ver la televisión abierta, lo que se refuerza con quienes cuentan con televisión de paga que un 78% indicó ver también canales de tele abierta. Para la radio, un 43 % de los hogares rurales indicó escuchar la radio. En el caso de la conexión a internet, sólo 60% en el ámbito rural dijo utilizar internet, mientras que el consumo de contenidos por internet baja a 39%, del cual 76% lo hace por medio de Youtube, seguido de Netflix con 29% y Facebook con 23%. Por su parte, el acceso a redes sociales y mensajería instantánea en los hogares rurales es de 90% WhatsApp, 64% Facebook, 36% Facebook Messenger, 32% Instagram y 7% Twitter. Estos porcentajes nos permiten atisbar el panorama del consumo de medios en los contextos rurales del país.



INSTITUTO FEDERAL DE  
TELECOMUNICACIONES

# MARCO METODOLÓGICO



UNIDAD DE MEDIOS Y CONTENIDOS AUDIOVISUALES

# MARCO METODOLÓGICO

Con el fin de alcanzar los objetivos de investigación de forma eficiente, se llevó a cabo un diseño cualitativo con participación de audiencias semi-nacional. A través de esta aproximación, se obtuvo información profunda y detallada desde las opiniones de los participantes incluidos, lo cual permitió realizar un análisis encocado en conocer la relación de las comunidades rurales del país con los medios y contenidos audiovisuales (recepción y apropiación), desde las realidades de sus habitantes.

De esta manera, el proyecto de investigación contó con la inclusión de participantes provenientes de hogares con distintas características sociodemográficas para obtener una visión integral del fenómeno. No obstante, es preciso aclarar que los resultados del estudio no son susceptibles de representatividad estadística ni son extrapolables a ningún segmento de la población o áreas geográficas en particular, ello debido a que las características metodológicas del proyecto estuvieron enfocadas en comprender un fenómeno desde diversas las aristas.

En cuanto a los criterios de inclusión del estudio, se seleccionaron hogares pertenecientes a comunidades rurales que se definen, según los criterios del INEGI, como lugares ocupados por una o más viviendas, con un nombre dado por ley o por la costumbre y cuyo tamaño de población es de 2,499 habitantes o menos. De forma adicional, se incluyeron otras características comunes a las comunidades rurales que son marcadas por la literatura; como compartir características económicas, sociales y culturales, dedicar primordialmente sus actividades al sector primario (García-Sandoval et al., 2020), mantener códigos de conducta específicos que rigen su comportamiento y encontrarse trastocadas por sistemas de exclusión caracterizadas por cinco niveles de marginación, establecidos por el CONAPO, que van desde muy bajos hasta muy altos.

Posterior a la delimitación de las regiones, se seleccionaron comunidades rurales que compartían características en cuanto a su nivel de marginación; siendo los niveles para tomar en cuenta “muy bajo” y “muy alto”. Lo anterior, a propósito de la importancia teórica de la marginación en los estudios rurales, así como la posibilidad de contrastar diferentes realidades que se encuentran trastocadas por esta variable en diferente nivel.

Es preciso señalar que los hogares rurales incluidos, contaron como condición, con la presencia de niñas, niños, adolescentes y personas adultas, además de las variables de análisis anteriormente mencionadas, de tal forma que las 72 participaciones dentro del estudio se distribuyeron de la siguiente manera:

- 12 participaciones en hogares rurales con niñas y niños de 5 a 12 años, pertenecientes a una comunidad rural con un grado de marginación muy alto.
- 12 participaciones en hogares rurales con niñas y niños de 5 a 12 años, pertenecientes a una comunidad rural con un grado de marginación muy bajo.
- 12 participaciones en hogares rurales con adolescentes de 13 a 17 años, pertenecientes a una comunidad rural con un grado de marginación muy alto.
- 12 participaciones en hogares rurales con adolescentes de 13 a 17 años, pertenecientes a una comunidad rural con un grado de marginación muy bajo.
- 12 participaciones en hogares rurales sin niñas, niños ni adolescentes, con al menos un adulto de 35 años en adelante pertenecientes a una comunidad rural con un grado de marginación muy alto.
- 12 participaciones en hogares rurales sin niñas, niños ni adolescentes, con al menos un adulto de 35 años en adelante pertenecientes a una comunidad rural con un grado de marginación muy bajo.

Una vez calculadas el total de participaciones, y para lograr el objetivo de contar con una participación de audiencias semi-nacional, se contemplaron las ocho regiones Socioeconómicas de México establecidas por Bassols Battalla y, se les asignó un nivel de marginación tomando en cuenta el número de comunidades por grado de marginación muy alto y muy bajo disponibles en cada entidad federativa; esto con la finalidad de contar con una mayor diversidad de opciones que cumplieran los criterios de inclusión.

Posterior a esto, se aplicó un filtro para determinar las comunidades rurales con una población entre 249 y 2499 habitantes. Dicho criterio permitió identificar las comunidades rurales más grandes y, por ende, con mayor probabilidad de contar con la infraestructura tecnológica y de señales mínima para la realización del estudio. Asimismo, la variable del tamaño poblacional coadyuvó a la selección de comunidades con mayor probabilidad de obtener las participaciones requeridas del estudio.

La aplicación de los criterios de inclusión permitió la selección de las referidas comunidades de 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.

Respecto de la aplicación de técnicas de recolección de información que permitieron el alcance de los objetivos de investigación, es preciso mencionar que inicialmente se utilizó un cuestionario de registro, para posteriormente dar paso a la entrevista semiestructurada con audiencias de comunidades rurales y la observación participante dentro de los hogares seleccionados.

De esta manera, el cuestionario de registro permitió la obtención de información cuantificable para describir como la infraestructura

tecnológica disponible en los hogares para consumo de medios y contenidos, así como las características de las viviendas. En segundo lugar, la entrevista semiestructurada habilitó al equipo de investigación para la recopilación de información detallada sobre los hábitos de consumo de las audiencias rurales, sus dinámicas de apropiación, la influencia que los medios han tenido en sus contextos individuales, familiares y comunitarios, entre otras variables. Finalmente, la observación participante se utilizó para lograr una inmersión profunda en los hogares participantes para que, a través del análisis antropológico, fuera posible complementar la información obtenida previamente y comprender la forma en la que estas poblaciones se relacionan con los medios de comunicación y sus contenidos en diferentes aspectos de su cotidianeidad.





INSTITUTO FEDERAL DE  
TELECOMUNICACIONES

# CARACTERÍSTICAS SOCIOCULTURALES EN LAS PLAZAS DEL ESTUDIO



UNIDAD DE MEDIOS Y CONTENIDOS AUDIOVISUALES

# CARACTERÍSTICAS SOCIOCULTURALES EN LAS PLAZAS DEL ESTUDIO

En el presente apartado se describen las características geográficas, demográficas y socioculturales de las localidades participantes, lo anterior, con la finalidad de brindar información que contextualice los hallazgos de dichas audiencias con respecto a su consumo de medios de comunicación y contenidos audiovisuales.

## Linda Vista, Nayarit

Linda Vista pertenece al municipio del Nayar, que colinda al norte con el municipio de Acaponeta y el estado de Durango; al sur con Tepic y La Yesca; al suroeste con Santiago Ixcuintla; al oeste con los municipios de Rosamorada y Ruíz. (INAFED, 2021). Se encuentra a 35.3 kilómetros al suroeste de Jesús María, que es la cabecera municipal, a una altura de 2,196 metros de altitud. Pertenece a la región Cora Alta conocida como Kweimwaruuse' entre el pueblo náayeri o cora.

De acuerdo con los datos del Censo de Población, INEGI 2020, Linda Vista cuenta con 1,412 habitantes, lo que la convierte en la cuarta comunidad más poblada del municipio. De esta población total, 753 son mujeres y 699 varones, de los cuales el 93% (1,318 habitantes) se identifican como pertenecientes a un pueblo originario.

El 83% de los habitantes del total de la comunidad de Linda Vista, mayores a 3 años, son hablantes de la lengua náayeri; de los cuales el 48% (599 habitantes) son bilingües, siendo el español su segunda lengua; el otro 39% es monolingüe, es decir, que sólo se comunica en su lengua materna, en este caso la variante coratereseño/ kwéimarusá'na.

La cosmovisión de los náayarite (plural de náayeri) así como sus rituales mantienen una relación intrínseca con lo sagrado, cargados de una tradición cristiana que permea la economía, la política, el parentesco, la tecnología y el arte (Jaureguí, 2004: 19) así como una relación estrecha con la naturaleza y su ciclicidad, que se vincula con el cultivo del maíz el cual va marcando un ciclo agrícola pero también festivo, donde los rituales se vinculan con elementos de la naturaleza y con figuras religiosas. La semana santa es la principal fiesta entre los coras.

De acuerdo con los Índices de Marginación por Localidad (CONAPO, 2020) Linda Vista, Nayarit es una localidad de muy alta marginación. Donde destaca que el 78% de los hogares no tiene servicio de excusado o drenaje, el 49% no cuenta con energía eléctrica y el 26% no tiene agua entubada. Y el grueso de la población es considerada adulta puesto que el 51% tiene entre 15 y 59 años, y el índice de fecundidad de hijos por mujer es de 2.49.

Según las cifras del INEGI 2020, el 67% de los hogares son habitados con hacinamiento. Sin embargo, desde el ámbito cultural, los náayeris, así como muchos pueblos originarios acostumbra a vivir en familias extensas, donde generan procesos de organización, así como fuerza de trabajo para su subsistencia a lo largo de los años a través de la convivencia entre distintas generaciones.

## El Fresno, Guerrero

El Fresno pertenece al municipio de Chilpancingo de los Bravo, del estado de Guerrero. La localidad se encuentra aproximadamente a 35km de la cabecera municipal. El tiempo de recorrido desde la cabecera municipal varía de dos horas con treinta minutos a tres horas, sobre su camino de terracería, cuyas condiciones agrestes dificultan la circulación, más aún en temporada de lluvias.

Los datos del Censo General de Población 2022, arrojan que El Fresno tiene 1231 habitantes, 604 hombres y 627 mujeres, la población juvenil de entre 6 y 14 años se conforma por 337 personas, mientras que los adultos mayores de 60 años en adelante son apenas 65 habitantes, el resto de la población oscila entre los 15 y 59 años de edad, en este rango se ubica el 54% del total.

Estos mismos datos censales refieren que en la localidad no hay personas con identidad indígena o afroamericana, así como tampoco hay hablantes de ningún idioma originario. Las estadísticas son coincidentes con lo manifestado por los miembros de las familias entrevistadas, que reconocen al idioma español como su única lengua materna.

En la comunidad convergen 3 religiones: evangélica-pentecostés, los llamados “espirituales” y la religión católica, con mayoría de adeptos. Los elementos culturales más representativos son las fiestas patronales de origen católico. En El Fresno, se realizan festejos en honor al Señor de la Misericordia y a la Virgen de Guadalupe. Las festividades religiosas mantienen la cohesión social. En la organización de las fiestas participa gran parte de la comunidad, incluso quienes han emigrado.

Otra celebraciones pagano-religiosas son: El Carnaval, que se lleva a cabo previo a la Semana Santa, entre los meses de febrero y abril, y el Ritual de Petición de Lluvias en honor a la Santa Cruz, los primeros días de mayo, este último se sincretiza con el calendario agrícola de la siembra de la milpa en esta comunidad campesina.

A nivel estatal, existen localidades ubicadas entre los niveles alto y muy alto grados de marginación. De las 17 localidades con más de 1000 habitantes, sólo dos presentan un grado de marginación muy alto, San Vicente con 2259 habitantes y El Fresno con un total de 1231 habitantes (INEGI, 2020). El Fresno mantiene el nivel de muy alto grado de marginación pese a su relativa cercanía con la ciudad capital.

La infraestructura de la comunidad se conforma de una cancha pública de básquetbol, que a su vez es el punto para reuniones sociales y de asamblea, fiestas religiosas, eventos escolares y deportivos. La calle principal es la única con pavimento, fue una obra pública que el ayuntamiento municipal autorizó en el año 2021. La mayor parte de los caminos que conducen a las viviendas son brechas agrestes y angostas.

Cuentan con una casa de salud, insuficiente para atender emergencias o traslados, a decir de los pobladores no cuenta con medicamentos, por esa

razón la gente de la comunidad se traslada a Chilpancingo para recibir atención médica.

En relación con la infraestructura educativa, la comunidad cuenta con un kínder y una escuela primaria. En el 2008 se instaló la única telesecundaria y hasta el año 2014 el telebachillerato. El índice de analfabetismo no ha sufrido variaciones importantes, mientras que en 2010 se reportaba un 22.67% de analfabetas, en el 2020 disminuyó al 20.47% del total de la población.

## San José Independencia, Veracruz

Su ubicación en la zona montañosa ha hecho posible el mantenimiento y reproducción de la cultura nahua, donde prevalecen una serie de prácticas y manifestaciones culturales basados en conocimientos y saberes originarios conservados durante siglos.

San José Independencia se ubica en la zona montañosa de la Sierra de Zongolica en la zona centro del estado de Veracruz. Pertenece a la Congregación de Tlanecpaquila y se encuentra a 1,191 msnm. La distancia hacia la cabecera municipal son 23 kilómetros en dirección al sudeste de Zongolica. Tiene una extensión de 369 hectáreas.

De acuerdo con el INEGI (2020) en San José Independencia existe una población de 1,121 habitantes, de los cuales 572 (51.03%) son hombres y 549 (48.97%) son mujeres. En San José Independencia 95.81% se considera indígena, la población de 3 a 130 años de edad que habla alguna lengua indígena es del 66.63% y 5.08% de los hablantes de esta lengua no hablan español. El 66.24% de la población es bilingüe. Su lengua principal es el náhuatl.

Por otra parte, estadísticas del CONEVAL (2020) indican que Zongolica, Veracruz posee el 86% de pobreza. En San José Independencia el grado de marginación es Muy alto.

## Casimiro Leco, Michoacán

La tenencia de Casimiro Leco López, también conocida como El Cerecito, pertenece al municipio de Cherán, en el Estado de Michoacán de

Ocampo. Se encuentra a 2,460 msnm. Se sitúa a 24 km del centro urbano de Cherán, en la llamada meseta purépecha, ubicada en el eje volcánico transversal y rodeada de varios cerros. Se encuentra en un ecosistema de bosque de pino-encino, lo que le confiere una vocación forestal.

La localidad cuenta con una amplia diversidad de flora, que incluyen bosques templados de pino, oyamel y encino, matorral xerófilo, pastizal y pastizal alpino, así como bosque mesófilo de montaña y malpaís. El clima predominante es templado húmedo con lluvias a lo largo del verano. Mantiene especies maderables de gran importancia económica para la población como el pino, el encino y el madroño.

La tenencia Casimiro Leco está situada en los límites de las siguientes localidades: al Sur con Cherán, al Norte con Rancho Seco, Noroeste con El Pueblito, al Sureste con Cheranatzicurin y al Este Tanaco. Aunque está cerca de varios asentamientos humanos, la comunidad se encuentra en gran parte aislada debido a las escasas condiciones de comunicación terrestres y a los pocos medios de transporte público que ofrecen servicios muy esporádicos. Además, las condiciones de inseguridad son un factor que determina las pocas interacciones comerciales con otras comunidades.

De acuerdo con la CONAPO, Casimiro Leco tiene una población de 607 habitantes, 306 de ellos mujeres y 301 varones. Las expresiones culturales purépechas se rigen por las dinámicas comunitarias y los calendarios festivos y rituales asociados al calendario agrícola. Entre las principales actividades culturales se encuentra la fiesta patronal de la comunidad el 15 de mayo en honor a San Isidro. En la tradición purépecha, por ejemplo, se conmemora el Día de Muertos mediante la visita a los difuntos al panteón y la celebración de la Virgen de Guadalupe el 12 de diciembre.

Los habitantes de Casimiro Leco se consideran a sí mismos como purépechas, ya que sus raíces culturales se encuentran en la cultura purépecha. En la actualidad, en Casimiro Leco, solo las personas mayores de 60 años entienden el idioma purépecha, pero ya no pueden comunicarse en él. Aún persiste en la comunidad el uso de algunas palabras de origen purépecha para referirse a la toponimia, algunos objetos o costumbres.

La lengua purépecha es una lengua aislada, ya que no guarda relación lingüística con ninguna otra lengua. Para el Instituto Nacional de Lenguas Indígenas el purépecha es una lengua que se encuentra en un nivel de riesgo no inminente de extinción.

En cuanto a la oferta educativa, en Casimiro Leco se limita a la educación básica, la cual comprende un centro para cada nivel: inicial indígena no escolarizada, preescolar indígena, primaria indígena y telesecundaria. El servicio educativo es de tipo rural y el subnivel educativo es indígena, con excepción de la Telesecundaria. En el Estado de Michoacán, la Secretaría de Educación cuenta con un sector indígena que se dedica a proporcionar educación intercultural bilingüe.

El índice de marginación es del 15.24 % y el grado de marginación es muy alto. El 2,64 % de los hogares no dispone de servicio de excusado o drenaje, el 2,80 % carece de electricidad y el 89,79 % no tiene agua corriente. Asimismo, el 68,86 % de los hogares están habitados con hacinamiento y el 26.69 % con piso de tierra. De acuerdo con el censo, el 12.91 % de la población de 15 años o más es analfabeta y el 87.79 % carece de educación básica.

## Imí, Campeche

Imí pertenece al estado de Campeche, y su cabecera municipal es Campeche, encontrándose al nivel del mar. La localidad de Imí cuenta con un total de 1,651 habitantes de los cuales 830 son hombres y 821 mujeres. El rango de edades de la población de Imí es en su mayoría joven, teniendo la mayor representación los habitantes con una edad entre los 10 y 14 años. La población de la tercera edad es mucho menor en comparación de la población joven. En la exploración en campo se observó tanto en las familias entrevistadas como en familias a los alrededores que la composición familiar era de padre y madre viviendo con sus respectivos hijos. En menor medida parejas de adultos mayores que viven solas.

De acuerdo con el INEGI 2020, en Campeche hay 91,801 personas mayores de 3 años que hablan alguna lengua indígena. Sin embargo, la lengua que predomina en Imí es el español, además se identificó que en su mayoría las

personas de la tercera edad pueden entender el maya y alguno de ellos lo hablan, sin embargo, la lengua maya se ha ido perdiendo con el pasar de las generaciones, ya que los jóvenes no quieren aprenderla o los que la practican no transmiten los conocimientos.

Actualmente en la localidad el acercamiento cultural se da por gestión de la actual Agencia Municipal, entre las que se puede mencionar el programa de “Cine en tu colonia y comunidad” y las presentaciones de los diferentes grupos deportivos como el de patinaje sobre ruedas. No existen rituales o fiestas propias de la localidad.

La localidad de Imí se encuentra en la región socioeconómica VIII denominada Península de Yucatán, el nivel de marginación que tiene está catalogado como muy bajo de acuerdo con la CONAPO 2020.

San Francisco Temetzontla, Tlaxcala

San Francisco Temetzontla es una localidad perteneciente al municipio de Panotla, el cual, es uno de los 60 municipios que conforman el estado de Tlaxcala.

De acuerdo con el INEGI (2020), la comunidad de San Francisco Temetzontla, cuenta con un total de 2,490 habitantes, así como con 917 viviendas, 673 viviendas particulares habitadas y se agrega que menos del 40% de la población habla alguna lengua indígena. Es necesario resaltar que a partir del trabajo de campo no se identificó a personas que hablaran alguna lengua indígena en la comunidad.

Algunas de las expresiones culturales más significativas en la población son la de “Moros y cristianos” y la de “La Gallina”. Ambas festividades son expresión de las tradiciones comunitarias, asimismo, están atravesadas por las creencias religiosas de los habitantes de la comunidad. Estos eventos refuerzan la identidad comunitaria, lo cual se expresa cuando el pueblo se reúne para participar u observar estas festividades años tras año.

## La Victoria, Zacatecas

La Victoria es una localidad del semi-desierto que se ubica en el municipio de Pinos del estado de Zacatecas, forma parte de la región sureste del estado y tiene colindancias con algunos municipios de San Luis Potosí. La Victoria se encuentra a 7.8 kilómetros al sur-poniente de la cabecera municipal de Pinos, a un tiempo aproximado de 19 minutos en automóvil.

De acuerdo con los datos presentados por el INEGI (2020), La Victoria cuenta con una población total de 2461 habitantes de las cuales 1277 son mujeres y 1184 hombres. La población de 0 a 14 años es de 717 personas, de 15 a 64 años de 1551 y las personas de 65 años o más suman 193.

Todas las personas entrevistadas tienen como lengua materna el español y es mediante esta que se comunican. Como se mencionó anteriormente, en La Victoria no hay población indígena ni afrodescendiente entre las personas entrevistadas.

La religión que predomina es la católica con 2407 personas adeptas en comparación con las 50 personas que practican alguna religión protestante o cristiana-evangélica.

La fiesta más importante es la dedicada a la Virgen de Fátima el 13 de mayo. Otra es la Feria de la Tuna donde se dan cita cientos de visitantes a probar las 70 variedades de tuna que se cultivan en la zona. También es posible encontrar platillos como sopa de nopal con camarón, atole y tamales de nopal, gelatinas de nopal y tuna, tampiqueña, margaritas de tuna roja y mezcal, botanas y distintos tipos de ensalada con nopal, flanes de nopal, mermelada y nieve de tuna, entre otros productos (Flores, 2014), además de los tradicionales quesos de tuna y colonche (bebida fermentada de tuna). Lo anterior da a entender que la tuna y el nopal pueden contener una importancia fundamental en la vida cultural e identidad de la localidad de La Victoria.

No se descarta que la Semana Santa, Día de Muertos y las fiestas de Navidad sean motivos de celebración y de enorme significado entre la población de La Victoria.

La localidad tiene un grado de marginación muy bajo. En este sentido, cabe mencionar que la producción de tunas y las remesas proporcionan los principales ingresos económicos entre las familias de La Victoria.

## Higinio Tanguma, Tamaulipas.

El ejido Higinio Tanguma es parte del municipio de Aldama, Tamaulipas. Este se encuentra a 19.9 kilómetros de la cabecera municipal sobre la carretera Manuel-Soto la Marina también conocida como carretera Costera del Golfo de México. Llegar a la comunidad es de fácil acceso por su asentamiento sobre la carretera Costera del Golfo, esta circunstancia permite que a solo 20 minutos en automóvil se llegue a la cabecera municipal de Aldama y a 25 minutos se encuentra la cabecera municipal de González, Tamaulipas.

De acuerdo con el INEGI (2020) en Higinio Tanguma habitan 446 personas, de las cuales 210 son mujeres y 239 son hombres. Dicha comunidad se conforma por pobladores mestizos, no se registraron personas pertenecientes a un grupo étnico.

La economía de esta localidad pertenece al sector primario pues se basa principalmente en la agricultura y la ganadería. Estas actividades son realizadas principalmente por quienes son ejidatarios, no obstante, dadas las condiciones de sequía y otras dificultades en el campo, muchos habitantes se emplean como obreros en las industrias aledañas como las del puerto de Tampico, otros comercializan ropa, zapatos o aparatos electrónicos de segunda mano traídos desde Estados Unidos.

Higinio Tanguma se encuentra en la región socioeconómica del noreste de México y cuenta con nivel de marginación muy bajo (CONAPO 2020). Esto se puede palpar ya que la mayoría de las viviendas de los hogares entrevistados cuentan con una construcción de cemento, agua potable, drenaje, energía eléctrica, señal de celular (Telcel) y se pudo observar que la mayoría de los habitantes cuentan con un automóvil (camioneta que regularmente la compran en la frontera).



INSTITUTO FEDERAL DE  
TELECOMUNICACIONES

# INFRAESTRUCTURA TECNOLÓGICA



UNIDAD DE MEDIOS Y CONTENIDOS AUDIOVISUALES

# INFRAESTRUCTURA TECNOLÓGICA

En este apartado corresponde abordar las condiciones y disposición de infraestructura, servicios y equipamiento sobre las que los hogares rurales, ubicados en zonas de baja y alta marginación, desarrollan, impulsan y solventan el acceso a medios de comunicación y servicios digitales.

Para una mejor lectura se abordarán, en principio, la información correspondiente a zonas de muy alta marginación que abarca las localidades de Linda Vista en la zona serrana Del Nayar, El Fresno en la zona montañosa de Guerrero, San José Independencia en la sierra de Zongolica, Veracruz y Casimiro Leco en la región serrana de Michoacán. Posteriormente se desarrollan las condiciones de las plazas ubicadas con niveles muy bajos de marginación: Imí en Campeche, San Francisco Temetzontla en Tlaxcala, La Victoria, Zacatecas e Higinio Tanguma en Tamaulipas.

Para cada localidad, se abordan los temas referentes a la infraestructura tecnológica y servicios disponibles en radio, televisión e internet.

## Linda Vista, Nayarit.

En la región Del Nayar la señal de radio es una de las más estables y con mayor arraigo. Es posible que la radio sea el medio predilecto de la comunidad para enterarse de información y sucesos de relevancia local. Se identificó como una constante en los tres tipos de hogar, el uso de la radio por personas adultas, principalmente mujeres, quienes disfrutaban de escuchar los avisos, así como programas en su lengua materna, el náayeri.

La estación que los entrevistados sintonizan a través de la frecuencia 750 AM es la radio indígena “La voz de los cuatro pueblos” fundada en 1992, y constituye una de las estaciones con mayor arraigo debido a que su programación se transmite en lengua náayeri (cora) y su área de influencia

abarca la región náayeri, wixarika (huichol) y odam. Algunas estaciones sintonizadas en frecuencia modulada son radio Korita en el 710 FM, La Lupe en el 92.1 y La Nayarita en el 97.7, que son estaciones del área del Pacífico, Mazatlán (Sinaloa) y Tepic (Nayarit), donde se destaca la preferencia de su audiencia por escuchar la programación musical.



Figura xxx. Dispositivo para consumo de contenidos de radio

En referencia a la señales de televisión abierta, aunque no se tiene una fecha identificada de la llegada de su señal, se tiene registro de las dificultades para acceder a la señal pública desde hace por lo menos cinco años. De los hogares entrevistados 7 no acceden a la televisión pública y en uno se tiene acceso a los canales de Televisa (Canal de las Estrellas y Canal 5) así como de Tv Azteca (Azteca 13 y Azteca 7), además de 8NTV, canal de cobertura estatal.

En cuanto al servicio de televisión de paga, los hogares contrataron VeTV, que permite acceder a una barra de 69 canales, aunque es común que solo sintonicen el Canal de las Estrellas.

El acceso a internet gratuito en Linda Vista es reciente y fue en marzo de 2022 cuando la Comisión Federal de Electricidad instaló dos puntos de internet fijo de libre acceso en la clínica y en el albergue de la comunidad, esto como parte de los 142 puntos fijos que fueron instalados en el municipio del Nayar del programa CFE Internet para todos.

Los jóvenes y adolescentes, seguidos de personas adultas y niños, son quienes mayormente frecuentan los alrededores de la clínica. Entre los adolescentes y jóvenes, de 13 y 25 años, y por ser quienes usan más los dispositivos, se identificó un mayor apego y necesidad de comunicación mediante redes sociales, y eventualmente el consumo de contenido audiovisual (música y/o vídeos) pues la red no es potente y suele no descargar un video en YouTube.



Figura xxx. Uso de celular por infancia

Por su parte, los servicios privados de internet son brindados por dos empresas. La primera es Mikrotik, una empresa de Letonia que opera a través de routers; mientras que la segunda es HughesNet y ofrece un servicio satelital. El acceso a los usuarios se genera mediante la compra de fichas cuya duración se encuentra en función de su consumo por MB y no por tiempo. Ello permite que una ficha dure tiempo diferente para cada usuario, ya que el servicio dependerá de sus descargas y uso de datos en sus aplicaciones. Es importante mencionar que las fichas en la comunidad se conocen como K-Fichas.

No se realizan recargas de tiempo aire para llamadas por celular pues no se cuenta con señal telefónica, por lo que no se hacen recargas ni se usan datos móviles.

## El Fresno, Guerrero

En El Fresno no existen estaciones de radio local. Las radiodifusoras más sintonizadas por la población y en particular por las cuatro familias entrevistadas que cuentan con un aparato de radio en casa, provienen de la ciudad y puerto de Acapulco. En orden de preferencia, las más escuchadas son, La 101.5 “La Comadre”, 93.5 “La Bestia Grupera”, 93.7 “La Ke Buena” y 100.1 “La Mejor” aunque a esta última la gente la reconoce como “La Mejor FM”. Con menor incidencia fueron nombradas la 93.7 FM Fiesta Mexicana Radio y la 96.9 FM La Más Picuda. Se destaca el hecho que la radio difícilmente se escucha en casa, sobre todo si la familia cuenta con televisión.

En la comunidad existe una señal deficiente en cuanto a la televisión abierta. Es común que los hogares utilicen antenas receptoras en sus patios y techos, sin embargo, la calidad de la señal depende de las condiciones del clima, y peor aún si se trata de viviendas ubicadas en la parte alta del pueblo donde los vientos suelen tener más fuerza. La deficiente señal abierta es una queja generalizada en los hogares donde no es posible contar con televisión de paga.

*“A veces llueve recio, llueve recio con viento y se mueven  
las antenas y ya no agarra”*

*(Hogar con niñas y niños, El Fresno, Nivel de marginación  
Muy Alto)*

En cuanto a la programación televisiva, los canales más vistos son, en primer lugar, el Canal 2 o Canal de las Estrellas, como lo identifica la comunidad, seguido del Canal 5 y el canal 9 de Televisa; en menor proporción ven los canales 1 y 7 de TV Azteca y dos familias mencionaron el Canal 3 de Imagen Televisión.

Aun cuando con la cobertura de canales que ofrece la televisión de paga, la preferencia de la programación es muy similar entre las familias, tanto en aquellas con señal de televisión abierta como las que tienen acceso a televisión de paga.



Figura xxx. Visionado de Televisión abierta

Ante este escenario, las familias han optado por la contratación de señal televisión de paga. Las dos compañías con presencia en la comunidad son VeTV de Sky y Star TV, ambas ofrecen paquetes de programación con un costo entre \$220.00 y \$260.00 mensuales. En los cobros se da una situación singular pues no existe la obligatoriedad de pagos fijos mensuales y planes forzosos. La flexibilidad de pagar "cada vez que se pueda" genera que las familias recurran al servicio, sobre todo cuando en los hogares cuentan con niños y niñas, que, durante la pandemia, se vieron en la necesidad de contratar TV de paga para las clases a distancia y de este modo contrarrestar las deficiencias de la señal abierta, aunque con ello afectan la precaria economía de las familias.

En la comunidad no hay acceso a internet gratuito. Hasta hace cuatro años se contaba con señal de internet en varios lugares del poblado, principalmente aquellos cercanos a la telesecundaria y el telebachillerato.

Actualmente la gente de El Fresno acude a un lugar bien identificado para obtener la conexión telefónica y de internet. Se trata de un cerro, donde es frecuente que los adolescentes entre 12 y 18 acudan a la cima previa adquisición de la ficha de pre-pago.

Por su parte, en El Fresno es inexistente el internet en los hogares. Sin embargo, se accede a éste a través del servicio satelital que brinda la empresa Mobile Zone mediante fichas de prepago que ofrecen desde \$10.00 por una hora, hasta \$50.00 por 48 horas. Estas son adquiridas con las familias que disponen de las 3 antenas instaladas por esta empresa. Sin embargo, la señal es intermitente y deficiente, debido principalmente a la orografía montañosa que caracteriza al territorio. En la localidad no existe cobertura de telefonía móvil.

## San José Independencia, Veracruz

En San José la radiodifusora “La voz de la sierra de Zongolica”, es uno de los primeros medios de comunicación en hacerse presente. Habitantes de la comunidad se expresaron orgullosos porque esta zona geográfica cuenta con una radio indigenista que dio su primera emisión el 20 de noviembre de 1992 a través del 1360 AM. Se trata de una estación que desde entonces y hasta la actualidad difunde temas de su cultura, tradiciones, música, radionovelas, sección de avisos, programas educativos, entre otros de la Sierra de Zongolica. La población también sintoniza estaciones en radio en frecuencia modulada como Oriestéreo 99.3 FM, la Comadre 100.33 FM, el Patrón 94.5 FM y la Lupe 89.5 FM.

Los canales que la población consume en televisión abierta son tres: canal de las estrellas, canal 5 y Telever, canales de las empresas de Televisa, ya que son los únicos que permite la cobertura de esta localidad y los que tienen mayor presencia. La mínima oferta de 3 canales condiciona que las personas tengan pocas opciones a las que pueden acceder en su vida cotidiana e incluso sean programas repetitivos y que solo estén orientados al entretenimiento.

Actualmente la única empresa que provee del servicio de televisión por cable es VeTV de la empresa SKY, ya que es el más popular y al que

económicamente muy pocas familias acceden, debido a que este servicio resulta para la mayoría un “lujo” puesto que comentan que el pago mensual pueden ocuparlo en cubrir las necesidades básicas del hogar, sin embargo, las familias que han adquirido este servicio lo asumen como una necesidad derivada de la pandemia.



Figura xxx. Dispositivo para sintonizar señales de televisión de paga

En San José, la minoría de los hogares entrevistados acceden a esta modalidad de TV de paga. Los motivos por los que contrataron este servicio son porque al inicio de la pandemia, los docentes comentaron a sus estudiantes que las clases se tomarían en un determinado canal y los horarios podrían variar. Asimismo, argumentan que, debido a las fallas de la señal de tele abierta en su domicilio, tuvieron que optar por la contratación de VeTV e incluso por la oferta de contenidos, aunque en realidad no se haga uso de toda la programación. Siendo también la minoría de los hogares quienes cuentan con Smart TV.

*"Contraté el VeTV porque cuando estudiaban mis nietos a distancia, les enseñaban por medio de un canal y les decían a que a tal hora tenían que estar ahí viendo. En la tele abierta no agarraba el canal que decían"*

*(Hogar con niñas y niños, San José Independencia, Nivel de marginación Muy Alto)*

La diferencia entre los hogares que cuentan con televisión abierta y de paga, obedece principalmente a cuatro factores. El primer factor es el económico, ya que no todos los hogares pueden solventar un pago mensual de una renta para un medio de entretenimiento ya que tienen otras prioridades que deben satisfacer las necesidades básicas en el gasto del hogar. El segundo factor tiene que ver con la infraestructura tecnológica, puesto que algunas familias argumentan la mala recepción de la señal de la TV abierta. El tercero es el educativo, debido a la necesidad que surgió durante la pandemia de tomar clases mediante la televisión. El cuarto y último factor es la preferencia que tienen algunas familias para consumir otra variedad de canales.

En San José Independencia no se cuenta con puntos de acceso gratuito a internet, sin embargo, existen cuatro proveedores de conectividad rural mejor conocidos como “wiziperos” que ofrecen internet mediante el pago de fichas que pueden ser por día, semana o mes. El costo de ficha oscila entre los \$10.00 y \$15.00 pesos, mientras que los paquetes mensuales van desde los \$200.00 y \$300.00 pesos, depende de los megabits que adquieran los clientes. Los proveedores de este servicio mencionaron que durante la pandemia fueron incrementadas las ventas, de manera que fueron colocadas varias antenas repetidoras en puntos estratégicos, por lo que es una de las comunidades del municipio de Zongolica que cuenta con mayor cobertura.

De igual manera, en cuanto a la distribución y el acceso a internet, se encontró que uno de los hogares entrevistados provee de internet a la comunidad mediante fichas y paquetes, y tiene la mayor parte de los clientes y de las antenas locales. Dos hogares cuentan con una antena repetidora de internet, con quienes han negociado los distribuidores para que no se les cobre este servicio a cambio de la venta de fichas que funcionan mediante una ficha (papelito) que contiene un PIN y contraseña para acceder al navegador de una página de internet que posteriormente da acceso a la conexión. Regularmente son de \$12.00 a \$15.00 por 24 horas y en este caso no paga una renta mensual y goza de este servicio todo el tiempo.

*"Un muchacho que vende internet vino a ponerme una antena para que de aquí agarre la señal de internet a otros lados, yo no pago, pero si vendo fichas a las personas o vecinos que pasan a mi papelería."*

*(Hogar con niñas y niños, San José Independencia, Nivel de marginación muy alto)*

En otro de los hogares la empresa local colocó una antena repetidora y un modem fijo de otro proveedor, hizo el trato de pagar internet con pagos alternados para que un mes pueda pagarlo y al siguiente sea sin retribución al proveedor.

## Casimiro Leco, Michoacán

Una de las características que llama la atención es el uso casi nulo de la radio en Casimiro Leco. De las nueve familias entrevistadas, sólo tres se conectan cuando viajan en vehículo hacia alguna comunidad vecina. Las estaciones que escuchan son "La Voz de los Purépechas" en el 8.30 de AM, "La Tapafía" 3.5 de FM, "Eraxamani" en el 106.1 y las estaciones comerciales de la ciudad de Zamora.



Figura xxx. Dispositivo para sintonizar señales de radio

Aunque la televisión abierta suele ser muy inestable, tres familias acceden a ésta a través de una antena receptora. Los canales que se captan son El Canal de las Estrellas, Canal Cinco, Azteca Siete y Azteca Trece. El programa con mayor audiencia es La Rosa de Guadalupe. Los canales más vistos son los de Grupo Televisa: el Canal de las Estrellas y Canal Cinco y de Televisión Azteca: Azteca Siete y Azteca Trece.

Las dos empresas que ofrecen el servicio por cable en Casimiro Leco son Dish y VeTv. Dos familias tienen contratado Dish; cuatro, VeTv. En Dish, el costo de los paquetes mensuales va desde los \$175.00 hasta los \$975.00 pues a mayor costo mayor variedad de canales y servicios. Por su parte, VeTv, ofrece un servicio de televisión satelital limitado y accesible. El costo de los paquetes mensuales se encuentra entre \$214.00 a \$349.00 mensuales.



Figura xxx. Contratación de televisión de paga

En Casimiro Leco se carece de espacios públicos con acceso a internet gratuito. La presencia de infraestructura para establecer conexión a internet es mínima. Existe una antena instalada en el centro de la comunidad, sobre el techo de una tienda de abarrotes. El servicio es ofrecido por un particular que contrata Telmex en Tanaco, una comunidad vecina desde donde llega la señal a Casimiro Leco. El servicio al público se oferta mediante fichas de prepago que asignan usuario, contraseña y tiempo determinado a partir de \$12.00 la hora, tiene un radio limitado de no más de treinta metros y la capacidad es de 5 MB.

Mientras tanto, la conexión a internet desde los hogares sigue el mismo modelo, es decir, una persona renta o paga a Telmex y revende el servicio por una mensualidad de trescientos pesos. Para la instalación, la familia debe adquirir por \$3,200.00 la antena receptora y el módem. De los hogares visitados, uno contaba con el servicio de internet en el hogar, además, comparten y dividen el costo del servicio de \$300.00 mensuales con una familia vecina. El número de familias con internet a través de módem en el hogar no supera más de doce. El internet satelital es una opción que no ha sido explorada.

Otra modalidad de conexión a internet es por datos celulares de Telcel mediante el servicio de prepago. Seis hogares se conectan a través de este método con fines de entretenimiento y comunicación.

## Imí, Campeche

Las estaciones de radio que sintonizan en Imí son todas en frecuencia modulada: la K-buena 102.7, Radio Universidad 90.9 y Radio Fórmula 97.3.

En cuanto a los canales de televisión abierta sintonizados, los habitantes señalaron el Canal de las Estrellas y el Azteca UNO; estos dos canales son sintonizados en casi todos los hogares de las personas entrevistadas y en general en la población campechana a pesar de que con el apagón analógico en 2015 se ofertaron más canales en la televisión abierta y tuvieron que optar por comprar un decodificador o antena.

La empresa de televisión de paga contratada por la minoría de los hogares entrevistados es VeTV. Contrario a lo que suele pasar en lugares con muy altos niveles de marginación, en Imí casi la totalidad de los hogares, cuenta con señal de televisión abierta, mientras que solo un hogar accede a la televisión de paga, y en este sentido la comunidad pareciera seguir un patrón de servicio más similar al observado en lugares de alta marginación.

Se identificaron dos puntos de acceso gratuito a internet en la localidad. El primero está localizado en la agencia municipal proporcionado por Telmex y su recepción alcanza a llegar a la cancha de usos múltiples. El segundo punto de acceso se localiza en la cancha de usos múltiples y es

proporcionado por la Compañía Federal de Electricidad por el programa Internet Para Todos.



**Figura xxx. Tableta y celular para consumo de contenidos por Internet**

Por su parte, para la conexión a internet privada se identificó que, en los hogares, tanto Telmex como Sky ofrecen estos servicios en su paquete Infinitum. En un hogar tienen contratado internet por el paquete Sky. La empresa Izzi aun cuando tiene una presencia importante en la capital de Campeche, está ausente en Imí, proveyendo solo a la Universidad Internacional Iberoamericana.

## **San Francisco Temetzontla, Tlaxcala**

Las estaciones identificadas en San Francisco fueron en frecuencia modulada: 98.1, 104.1, 105.9, Alfa 91.3, Mach- 99.5, 90.7, Ponte de buenas 96.1, 88.1 FM-Universal Stereo y la Z, 107.3.

A los canales y programas que tienen acceso los hogares son en orden de importancia: (1) Televisa Univisión, mediante la cual se sintoniza el Canal 2 (El Canal de las Estrellas), (2) canal 1.1 (Azteca Uno), (3) cadena Grupo Multimedios, (4) cadena Grupo Imagen canal 3.1, (5) Canal Once, (6) Telemundo, canal; Universo (no se especificó canal), (7) Canal 22, (8) Canal 13.1 Puebla (Notitrece).

En algunos de los hogares donde los niveles socioeconómicos no fueron tan bajos se identificó que contaban con el servicio de televisión por cable. La

Única empresa que brinda el servicio de televisión de paga es VeTV. Algunas familias mencionaron no pagar ese servicio debido a que eran bajos los ingresos económicos del hogar y se prefiere pagar el servicio de internet que permite tener acceso a contenidos relacionados con la educación de niñas, niños y adolescentes, además de que por internet se accede a contenidos que son transmitidos por televisión de paga.



Figura xxx. Televisión de pantalla plana

En cuanto a la conexión de internet, en San Francisco Temetzontla se cuenta con una red de WIFI abierta, ubicada en la plaza comunitaria, donde se encuentra la presidencia de comunidad y la escuela preescolar. Sobre esta red, se mencionó que la conectividad es deficiente, pues la conexión es intermitente y los habitantes prefieren no usarla.

En los hogares entrevistados se mencionó que no hay internet por cable en la comunidad, y compañías como Telmex hace dos meses comenzó a instalar la infraestructura, construyendo algunos postes. Mientras tanto se cuenta con internet satelital, el cual tiene alrededor de 4 años que llegó a la comunidad.

De la totalidad de hogares entrevistados la mayoría cuenta con internet que incluye un módem. En otros dos hogares, el servicio es compartido con la vivienda vecina, lo que reduce el costo del servicio. Las dos compañías que tienen presencia en la comunidad son Macro Tlax e Innovac. Dos hogares

mencionaron que la de su preferencia es “Macro Tlax” por su precio más accesible.

## La Victoria, Zacatecas

Las estaciones de radio sintonizadas son en frecuencia modulada: 94.7 Super G, 96.5 Stereo Zer, así como 93.3 Lupe, del grupo radiofónico ZER y 105.3 La Lupe de Multimedios Radio.

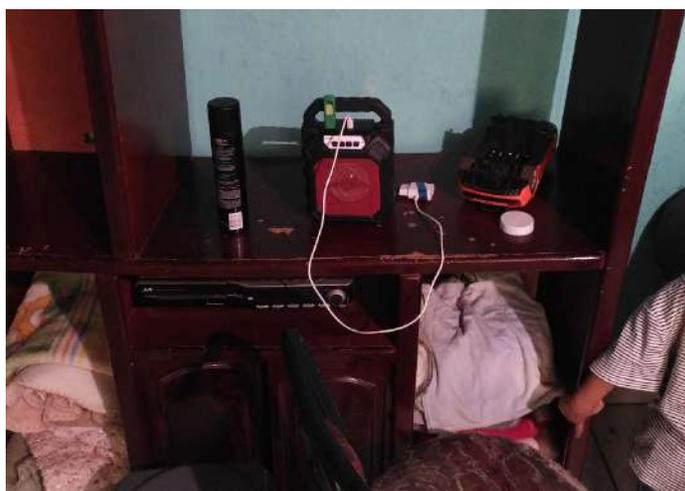


Figura xxx. Bocina para el consumo de contenidos de radio

En cuanto a la televisión abierta, los canales que se pueden sintonizar en La Victoria son el Canal de las Estrellas, Canal Cinco, Azteca Siete y Azteca Uno. La única empresa que ofrece el servicio de televisión de paga es TV Real de Pinos Villa. Se observó que la mayoría de los hogares participantes acceden a internet a través de este servicio.

La Victoria carece de puntos de acceso gratuito a internet, no se detectó este tipo de señal en ningún espacio público. En cuanto al internet en los hogares todos sin excepción tienen contratado el paquete básico de internet y telefonía de Telmex.

## Higinio Tanguma, Tamaulipas

En esta localidad no se capta la señal de radio. Salvo algunas excepciones cuando los lugareños viajan hacia Tampico suelen sintonizar La Caliente, en el 94.5 de frecuencia modulada misma que se ubica en esa ciudad y transmite música regional mexicana.

En cuanto a los canales de televisión abierta en Tanguma desde hace un par décadas no se cuenta con señal de televisión abierta. Es por eso que la totalidad de los hogares acceden al servicio de televisión de paga a través de empresas como VeTV y Sky.

En Higinio Tanguma solo se cuenta con acceso gratuito a internet con la señal de la Telesecundaria, pero ésta se desconecta una vez concluido el horario escolar.



Figura xxx. Cableado para servicios de telecomunicaciones

Actualmente la empresa que provee internet es VeTV y ofrece el paquete de televisión por cable más internet inalámbrico por \$425.00 al mes, o bien, por \$250.00 mensuales se puede contratar únicamente internet bajo modalidad de prepago. El internet que se ofrece tiene una velocidad máxima de 10 Mbps. La mayoría de los hogares entrevistados mencionó contar con este servicio al que acceden a través de renta mensual y prepago.



INSTITUTO FEDERAL DE  
TELECOMUNICACIONES

# HÁBITOS Y PREFERENCIAS DE CONSUMO DE MEDIOS



UNIDAD DE MEDIOS Y CONTENIDOS AUDIOVISUALES

# HÁBITOS Y PREFERENCIAS DE CONSUMO DE MEDIOS

En el siguiente capítulo se describen los hábitos y preferencias de consumo en televisión, radio e internet de los hogares participantes del Estudio. Lo anterior, tomando en cuenta aspectos como los horarios y las actividades que los mismos realizan cuando consumen contenidos audiovisuales. Cabe mencionar que el estudio se llevó a cabo en el marco de la cotidianidad familiar y social de los hogares, y se observaron aspectos como la utilidad y diversidad de los contenidos a los cuales están expuestos, lo cual permitió conocer los gustos y preferencias.

El capítulo se divide en tres partes, primero, se expone el estudio de la televisión abierta y de paga; segundo, el consumo de internet con los contenidos que ven en redes sociales y en las OTT; y, en tercer lugar, los datos relacionados a la radio. En las tres partes también se hace un desglose por los dos grados de marginación que se retoman en el estudio y por los tres tipos de hogares.

## Hábitos y preferencias de consumo de televisión

### Hogares en localidades con un grado de marginación muy alto.

Las cuatro plazas con un grado muy alto de marginación son: Linda Vista en Nayarit, San José Independencia en Veracruz, El Fresno en Guerrero y Casimiro Leco en Michoacán. La televisión en estos contextos es el principal medio por el cual se accede a, principalmente, contenidos de entretenimiento e informativos.

Entre las familias entrevistadas hay una tendencia hacia la programación del Canal de las Estrellas, en especial de las telenovelas y las series melodramáticas, por ejemplo, “La rosa de Guadalupe” es uno de los programas favoritos en los tres tipos de hogares, en varios de estos se argumentó que este contenido “se basa en hechos reales”, además, se

observó preferencia por los programas de “chistes” o comedias. Por otro lado, este medio les permite a las familias conocer los sucesos que acontecen en la región y el país, y de los diversos programas gubernamentales que llegan a las localidades.



Figura xxx. Visionado de contenidos de televisión

La contratación de televisión de paga se realiza a pesar de que son localidades clasificadas con un grado muy alto de marginación, y suelen ser lugares en donde la falta de empleo, los salarios e ingresos son bajos, por lo que las familias tienen que ajustarse económicamente para destinar un porcentaje de sus ingresos para poder acceder a información y a entretenimiento por dicho servicio. En las entrevistas se llegó a mencionar que preferían comer y cubrir necesidades básicas antes que contratar la televisión de paga (y acceder a internet, como se menciona un apartado más adelante). Cabe señalar que la diferencia entre la televisión de paga y la abierta, según indicaron en los hogares rurales, consiste en la calidad de la imagen y en menor medida por la diversidad de contenidos, es decir, los canales y programas que ven son los mismos que se transmiten en la televisión abierta.

Los hogares en estas localidades suelen tener una sola televisión, por lo que a partir de las actividades y los horarios del grupo familiar se van definiendo y eligiendo los canales y programas a sintonizar en la televisión abierta y/o de paga. Si bien en estas localidades hombres y mujeres ven programas similares, la mayoría de las mujeres entrevistadas se dedican a actividades dentro del hogar por lo que pasan la mayor parte del tiempo viendo o simplemente escuchando la televisión, algunas veces acompañando a sus hijos o esposos en la mañana, por la tarde a sus hijos y por la noche a sus parejas, mientras que en el caso de los hombres, pasan menos tiempo en el hogar y sus hábitos de consumo de televisión se reducen exponencialmente a la tarde o la noche.

A partir de la información registrada se puede hacer una anotación relacionada con el consumo de televisión. En los tres tipos de hogar se asocia ver la televisión con los momentos de descanso, de relajación, de entretenimiento y de “desaburrimiento” después de las jornadas escolares de la niñez y de adolescentes, así como de las jornadas laborales entre los adultos. Se encontró que el hábito de ver la televisión se suele combinar los alimentos durante el día, es decir, que la televisión es vista mientras desayunan (aunque en menor proporción), comen o cenan.

Finalmente, en esta agrupación de localidades hay dos poblados en los que se habla alguna lengua indígena, el náayeri en Linda Vista y el náhuatl en San José Independencia, y se puede señalar que no se identificó ni observó ningún programa televisivo en donde se hable una lengua indígena, es decir, los contenidos son en su totalidad en español.

## Consumo de televisión abierta

### *Hogares con niñas y niños*

En estos hogares se encontró que los canales que predominan son de Televisa y Tv Azteca, sólo en los casos de Veracruz además el canal Telever y en Nayarit el 8NTV. Los canales que más se sintonizan son: el Canal 2 o “Canal de las Estrellas”, Canal Cinco con la programación de caricaturas, canal 9 y los canales que ofertan películas de acción y mexicanas. Los programas que más les gustan a los niños son “Bob Esponja”, “Ladybug”,



“Masha y el oso”, “Los Picapiedra”, “Los Simpson”, “Hora de Aventura” “Titanes”. En Linda Vista destaca que solo una familia tiene acceso a la televisión de cobertura abierta y en este hogar llama la atención que al papá también le gusta Hora de Aventura que es una serie animada que cuenta la historia de un niño y un perro con poderes mágicos y prefiere acompañado a su hijo en el visionado.

*“Nosotros sí tenemos señal (TV). Lo que más vemos es Hora de aventura, y Los Simpson en el Canal 5 y en el 7, nos gusta a mi hijo y a mí; mi esposa es la que ve más las novelas”*

*(Hogar con niñas y niños, El Fresno, Nivel de marginación Muy Alto)*

En los horarios de la tarde los integrantes de los hogares suelen ver series como “La rosa de Guadalupe” y “Como dice el dicho”, o bien talk shows como “Acércate a Rocío” y telenovelas como “La Herencia”. Tal como se ha mencionado arriba, al contar con un sólo aparato la programación es consumida por quienes estén en ese momento sin restricciones de edad.

Tanto hombres como mujeres consumen contenidos informativos de corte noticioso en la noche, entre los programas que mencionaron están: “Hechos” y “Diez en punto con Denise Maerker”. Las mujeres, madres de familia que en su mayoría son amas de casa, ven (o mantienen encendida) la televisión durante casi todo el día mientras realizan actividades y quehaceres domésticos, en la mañana ven programas como “Venga la Alegría” de Tv Azteca y “Hoy” de Televisa, y en otros horarios gustan de programas de comedia como “Vecinos” y “40 y 20”. Los hombres, al realizar actividades fuera del hogar, consumen la televisión entre la tarde y la noche, por ejemplo, cuando realizan labores agrícolas tienen una jornada extensa y si regresan a sus casas temprano se reúnen con la familia para sintonizar la televisión en un horario de tarde-noche. Generalmente en este tipo de hogar los hombres ven noticias cuando regresan del trabajo.

*“Pues aquí, mientras las mujeres andan haciendo el aseo de la casa, pues también están viendo la tele. Y nosotros los hombres, casi no estamos en el día. Ya en la tarde, pues*

*que llegamos, acabamos de comer o estamos comiendo y  
aprovechamos para ver la televisión”*

*(Hogar con niñas y niños, El Fresno, Nivel de Marginación  
Muy Alto)*

Los programas que ven en estos hogares es para entretenimiento y para mantenerse informados con lo que acontece a nivel regional, nacional e internacional. A los padres y madres les suele gustar los programas que proporcionan una especie de “aprendizaje” para saber cómo tratar a sus hijos.

Un hábito relacionado con ver la televisión es consumir alimentos, esto es, mientras se desayuna, come y cena, y entre estos tres la hora de la comida fue el momento más destacado.



Figura xxx. Consumo de contenidos televisivos durante la hora de la comida.

Las niñas y niños suelen consumir alimentos a la par que ven la televisión, principalmente los momentos del desayuno y después del mediodía hasta la tarde (si es que están de vacaciones), algunos consumen comida “chatarra” (dulces, papas fritas y refrescos). En este rango de edad, otra actividad que se suele realizar mientras se ve la televisión es jugar, por lo que se pone más atención a los contenidos que pueden ver en el televisor cuando se interrumpe el juego o no hay con quien jugar. Por otro lado, en el caso del programa educativo “Aprende en Casa”, dirigido especialmente para los niños y niñas, fue poco significativo en Linda Vista y en Casimiro Leco porque en estas localidades desde las escuelas se optó por la estrategia de enviar tareas en libretas, además de que el acceso a la TV abierta es deficiente.

#### *Hogares sin niñas, niños ni adolescentes*

En estos hogares el consumo de los canales se dirige hacia aquellos que programan películas, telenovelas y noticias. Los canales que sintonizan son: El Canal de las estrellas, Canal 5, 3 o 3.1 de Imagen Televisión, el Canal 9 de Televisa, Azteca Siete, y Telever (para el caso de Veracruz). Los programas que más les agradan son “La rosa de Guadalupe”, telenovelas, programas de noticias, películas de acción y programas de comedia como “Me caigo de risa”.

Estos hogares en Linda Vista no ven televisión abierta y en Casimiro Leco la ven muy poco y no prestan mucha atención a los nombres de los programas que ven, lo que les importa es que sean canales de noticias.

*“A veces pienso que yo estoy mal porque me acuesto según yo a ver la tele, pongamos que una película, pero ni es cierto, porque como tengo al lado mi celular, a la vez abro Face(book) o me pongo a responder mis (mensajes de) WhatsApp, en realidad no estoy ni enfocado en ver sólo la tele”*

*(Hogar rural sin niñas, niños ni adolescentes, San José  
Independencia, Nivel de marginación Muy Alto)*

Los integrantes de este tipo de hogar adaptan el consumo de la televisión a sus actividades, sus trabajos y labores domésticas, por ejemplo, una persona en San José Independencia afirmó escuchar la televisión mientras trabaja componiendo aparatos electrónicos. Por otro lado, algunas de las personas respondieron que ven la televisión para aumentar sus conocimientos y estar enterados de lo que sucede en otros lugares.

*"Para ver las noticias e irnos esperando de cómo pasan las cosas, entonces ahí uno va tomando precaución de cosas, cuando menos el darse cuenta"*

*(Hogar rural sin niñas, niños ni adolescentes, El Fresno, Nivel  
de marginación Muy Alto)*

*Hogares con adolescentes*

En estos hogares se ampliaron la diversidad de programas consumidos, aunque siguen apareciendo programas como "La rosa de Guadalupe" "Como dice el dicho" transmitidos por el Canal de las estrellas como primeras menciones y también los talk shows como "Acércate a Rocío" de TV Azteca y "Caso cerrado" de Televisa. Cabe mencionar que este conteo no aplicó para el caso de Linda Vista ya que los tres hogares con adolescentes no tienen acceso a este servicio.

En San José Independencia se hizo mención de programas juveniles como "La CQ" que es una serie que se transmite en el Canal Cinco en donde pasan las aventuras de unos estudiantes que están en la secundaria que coincide con las edades de este grupo de estudio entre los 13 y 17 años de edad. Las personas adultas ven deportes, películas mexicanas de terror y de acción, noticieros de Telever y en canales de Televisa y Azteca Siete, algunas veces sintonizan el Canal Once (del IPN) e Imagen Televisión. También, ven programas matutinos como "Hoy" y programas variados como "El Chavo del 8" y "Me caigo de risa". En el caso de El Fresno fue

notorio el incremento del consumo de la televisión a partir de la pandemia, lo cual también afectó a los mayores de 12 años.

La mayoría de las familias afirmó ver televisión por la tarde-noche, principalmente por motivos de entretenimiento y para divertirse. Los gustos son variados y por ello la elección de programas también se amplía.

Las mujeres realizan diversas actividades que tienen que ver con labores del hogar o dedican tiempo a la costura o a tejer. Los hombres de estos hogares se suman para ver la televisión y descansar.

Los contenidos que ven generalmente son en familia, y es amplio el visionado por parte de los adolescentes para ver “La rosa de Guadalupe”. Los motivos para ver este tipo de programas se relacionan con el posible “aprendizaje” en la exposición de problemáticas sociales actuales y que consideran información para la prevención.

*“De la tele aprendo que debemos respetarnos, no ser tan confiados, prevenir que pasen cosas feas, saber diferenciar entre lo que está bien y está mal”*

*(Hogar con adolescentes, San José Independencia, nivel de marginación Muy Alto)*

En Casimiro Leco se hizo mención de que este tipo de programas evitan la violencia intrafamiliar, y en San José Independencia como ejemplos para promover el respeto a los mayores, para prevenir la drogadicción y para evitar secuestros, según los temas que se abordan en el programa.

*“En “La rosa de Guadalupe” pasan ejemplos de cómo deben cuidarse las muchachas, que no deben juntarse, deben reflexionar para que a ellas no les suceda lo que a otros les sucede ahí en las novelas”*

*(Hogar con adolescentes, San José Independencia, nivel de marginación Muy Alto)*

## Consumo de televisión de paga

### *Hogares con niñas y niños*

En estos hogares incrementó el consumo y diversidad de canales y programas debido a la barra programática que ofrecen las cadenas de televisión de paga, aunque, entre los canales y programas favoritos se siguen posicionando las telenovelas y las series melodramáticas. Así mismo, se observan ciertas restricciones hacia el visionado de contenidos infantiles.

Los canales que más se ven entre los niños y niñas son Discovery Kids, Canal Cinco, Cartoonito, Nickelodeon y Disney Channel. Entre los gustos de los niños y niñas están: "Paw Patrol", "Blaze and the Monster Machine", "Dino Ranch", "Bluey", "Tom y Jerry", "Bob Esponja", "Peppa Pig", "Masha y el oso", "La Pantera rosa", "Loud House", "Los pequeñines" y "La chica Kung-Fu".

Las preferencias de contenidos y canales para los demás integrantes de las familias son: noticieros como "Foro Tv con Paola Rojas" y "Diez en punto con Denise Maerker"; Canal 212 Distrito Comedia para el programa "Vecinos", "40 y 20" y "La Familia Peluche"; los talk shows como "Caso cerrado" y "Acércate a Rocío"; el Canal 105 de Televisa para ver series, películas de acción, películas en blanco y negro; y programas deportivos que transmiten fútbol y canales de música como Banda Max. En Casimiro Leco mencionaron Canal 405 Golden Edge, que es un canal de televisión que se especializa en transmitir películas de varios géneros, y Cine Latino que por su parte transmite películas en español. En Linda Vista consumen películas de otras nacionalidades, principalmente estadounidenses, y las ven en la barra de contenido del servicio VeTV.

En Linda Vista sólo un hogar con niñas y niños tiene televisión de paga, pero, los programas que suelen sintonizar don de la televisión abierta como las telenovelas "Amor Real", "Cuando me enamoro", "Lo que la vida me robó", "Abismo de pasión" y la serie "La rosa de Guadalupe". También, programas de acción como "Cazadores de Veneno" y "Supervivencia al Desnudo". En San José Independencia sólo dos hogares accedieron al servicio de televisión de paga y señalaron sintonizar Univision y Telemundo.

Entre las mujeres, en El Fresno se mencionó el programa “Méxicánicos, con Martín Vaca” que es un programa donde se “tunean” autos. Pero, son más vistos programas como “Como dice el dicho” y “La rosa de Guadalupe”, de los cuales una mujer en Linda Vista señala que les enseñan valores y que pueden ofrecer posibles soluciones a distintas problemáticas.

*“Pues eso de la novela que le dijo está el tema, está “La rosa (de Guadalupe)”, a mí me gusta verla porque hay muchos ejemplos, que soy madre, de cómo tratar de una hija, cómo tratarme, cuando ve que hay casos”*

*(Hogar rural con niñas y niños, El Fresno, nivel de marginación Muy Alto)*

En general, los programas y canales que consumen los adultos de estos hogares son de entretenimiento y para mantenerse informados por medio de noticieros, estos contenidos suelen verse en familia y se aprovecha para descansar después del trabajo, o hacer alguna actividad como chatear, bordar, desgranar o doblar ropa. Los horarios del visionado son en la tarde y la noche, por lo que coinciden con la comida o la cena.

*“Cuando llego del campo, mi esposa me arrima de comer y pues le echo un ojito a la tele”*

*(Hogar rural con niñas y niños, El Fresno, nivel de marginación Muy Alto)*

Los niños y niñas acceden a una variedad de canales más amplia, sin embargo, sintonizan caricaturas que pasan en señal abierta. Al ser una gama más grande de canales, las madres de familia están al pendiente de lo que sus hijos e hijas puedan ver en la televisión por lo que pudieran “aprender”. Mencionaron que existen caricaturas que no son apropiadas para ellos como “Bob Esponja” y “Peppa Pig”. Tanto madres como padres de familia dijeron ser precavidos con los programas que ven las niñas y niños, pero, hay circunstancias familiares que propician mayor tiempo para ver la televisión con o sin supervisión.



Figura xxx. Consumo de contenidos televisivos durante la hora de la comida.

*"A mí me gusta las caricaturas (...) veo que Nickelodeon o Cartoonito, Bob Esponja... pero a mi mamá casi no le gusta, a veces lo veo con mi hermanito (2 años)"*

*(Hogar rural con niñas y niños, Linda Vista, nivel de marginación Muy Alto)*

#### *Hogares sin niñas, niños ni adolescentes*

En estos hogares los canales que destacan son el 102 ó 2 de Televisa para telenovelas como "Lo que la vida me robó" y "El señor de los Cielos", Canal 9 para películas y noticias. También se sintonizan Comedy Central, Azteca Siete, Unicable, Canal 22, Canal Cinco, el 24, Doce, Canal Once, Discovery Channel y ADN4, donde puedan ver películas de varios géneros, y gustan de ver talk shows como "Laura en América" y "Caso cerrado". Los programas de noticias como "Despierta", "Foro Tv", "Hechos" y "Diez en punto" son los predilectos para mantenerse informados. Sintonizan canales deportivos como Sky Sports para ver fútbol y box. En Linda Vista sólo un hogar cuenta con tele de paga y consumen telenovelas principalmente. En San

José Independencia mencionaron canales como Discovery Channel y National Geographic.

*"Mis programas favoritos son de la naturaleza, de los ovnis, ciencia y tecnología, los veo en Discovery o National Geographic, principalmente"*

*(Hogar rural sin niñas, niños ni adolescentes, San José Independencia, nivel de marginación Muy Alto)*

Las mujeres hicieron menciones generalizadas de "La rosa de Guadalupe" y de "Como dice el dicho", también mencionaron programas favoritos de comedia como "Me caigo de risa", "La familia P. Luche", "Familia de diez".

En Casimiro Leco se mencionó que se contrata televisión de paga por la variedad de contenidos: la relación con la educación de los hijos, la programación infantil, las telenovelas, programas informativos -relacionados con el clima, la agricultura y la ganadería- noticias y deportes.

Por las actividades diarias de las y los integrantes de estos hogares se sintoniza la televisión en la tarde y la noche.

*"La verdad es que uno se entretiene, llega uno del trabajo y ve la tele ya"*

*(Hogar rural sin niñas, niños ni adolescentes, Casimiro Leco, nivel de marginación Muy Alto)*

#### *Hogares con adolescentes*

En las localidades de El Fresno y en San José Independencia no cuentan con televisión de paga, por lo que esta sección sólo corresponde a los hogares de Linda Vista y Casimiro Leco. Entre los canales de preferencia destacan: Cine Latino, De Película, Golden, Golden Edge, Star Channel, AMC (American Movie Classics), Azteca Siete, por sus barras programáticas con películas y series; para programas cómicos ven Distrito Comedia. La serie melodramática "La rosa de Guadalupe" es de los programas más vistos, otros de los programas mencionados son las telenovelas como "Mujer de

nadie”, “Cuando me enamoro”, “Abismo de pasión”, “La Gata”, “Amor Real” del Canal de Las Estrellas y “Bety la Fea” de TV Azteca. Los noticieros más mencionados fueron “Foro Tv” y “Diez en punto con Denise Maerker”. De los programas cómicos destacan “Nosotros los guapos” y “La familia P. Luche”; además el programa “Mexicánicos de Martín Vaca”.



Figura xxx. Vivienda con acceso a televisión de paga

En Casimiro Leco hicieron notar su preferencia por los programas de acción y de reality show como “Expedición a lo desconocido”, “Supervivencia al desnudo” y “Splash: famosos al agua”. En Linda Vista destacaron canales de música como Telehit, MTV y Bandamax debido a que tienen un gusto popular por la música banda, nortea y corridos.

Entre adolescentes se diversifican las preferencias de los programas. Ven películas, series de acción, canales de música, también ven telenovelas y series melodramáticas. En Casimiro Leco se advirtió que las y los adolescentes identifican problemas sociales similares a los que viven con los casos presentados en “La rosa de Guadalupe”. Ahora bien, en estos hogares en general, los contenidos se asignan a entretenimiento y los horarios del visionado son en la tarde y la noche, cuando los hombres adultos llegan de trabajar, las y los adolescentes no están en la escuela y mientras algunas mujeres realizan actividades como tejer.

## Hogares en localidades con un grado de marginación muy bajo.

Tanto la televisión abierta como la de paga son parte del entretenimiento posterior a las actividades en la casa, en el trabajo y en la escuela. Los programas que se consumen son de comedia, de concursos, las telenovelas y los noticieros. Sólo en la localidad de Imí, se identificó que la religión juega un papel de regulación para el uso y preferencia de los contenidos televisivos. Por otro lado, se observó que, aunque las localidades sean de muy baja marginación, el acceso a la televisión satelital o por cable se ve limitado por la economía de las familias, pero, en algunos casos se contratan para el entretenimiento y estar informados.

### Consumo de televisión abierta

En este apartado se exponen datos de tres plazas porque la localidad de Higinio Tanguma no tiene señal de televisión abierta.

#### *Hogares con niñas y niños*

En estos hogares los niños y niñas ven los sintonizan los canales Canal Once (la barra de Once Niños), Azteca Siete, Canal Cinco; y ven caricaturas como "La Pantera Rosa", "Ladybug" y "Bob Esponja".

*"Antes me gustaba ver "Miraculous: Las aventuras de Ladybug" era la que más veía y la "Pantera rosa" (...) de Ladybug me gustaba su personalidad (...) que es muy tímida la niña (...) yo igual soy un poco tímida"*

*(Hogar con niñas y niños, San Francisco Temetzontla, nivel de marginación Muy Bajo)*

Los contenidos televisivos en estos hogares los ven en familia y están ligados principalmente al entretenimiento y, a la información a través de los noticieros. Sólo en Imí las personas sintonizan las prédicas religiosas vinculadas a la religión Pentecostal.

Las madres de familia, con mayor énfasis las de Imí, tienen una marcada preferencia a que los infantes y la familia vean contenidos educativos, sin ofensas o violencia.

*"Pues en realidad no nos beneficia, es más bien como para entretener, pero si hay contenido o programas que son inapropiados para los menores"*

*(Hogar con niñas y niños, Imí, nivel de marginación Muy Bajo)*

Entre los canales más vistos está El Canal de las Estrellas, por los programas y telenovelas "La rosa de Guadalupe", "Amor Real", "Esposa Joven", "Mi Secreto", y en Imí la telenovela en retransmisión "Lo que la vida me robo", la cual fue grabada en la Ciudad de Campeche en 2013. Los programas de comedia que ven en familia son "Nosotros los guapos", "Me caigo de risa", "40 y 20", "La familia P. Luche", "Vecinos", "Los comediantes", "Una familia de diez". Los programas de concursos son "Master Cheff", "Exatlón", y en Imí fueron muy mencionados "La Academia" y "Survivor". Los programas de noticias más mencionados son "Hechos" con Javier Alatorre y "Diez en punto con Denise Maerker", "Milenio noticias", en Temetzontla además Canal 13.1 (que es un canal de Puebla, Notitrece), Imagen Televisión y Canal 22 que contiene información cultural. De entretenimiento general se buscan canales que transmitan películas y series, como "La Ley y el orden", así como los programas de revista "Hoy" y "Ventaneando", y talk shows como "Acércate a Rocío".

Entre los hombres de estos hogares consumen telenovelas, series melodramáticas, programas deportivos, en La Victoria mencionaron, además, especialmente al fútbol, noticieros nocturnos y programas de comedia. Las mujeres mencionaron que acostumbran a ver la televisión haciendo quehaceres domésticos, en algunos casos como en La Victoria algunas de las entrevistadas dijeron encender la tele para arreglarse e irse a trabajar y otras cuando preparaban el "lonche" para sus esposos. Los horarios de consumo en estos hogares se dan en los tres turnos, matutino, vespertino y nocturno, con un consumo aproximado de entre 3 y 5 horas

diarias. En el caso de las y los niños, suelen consumir la televisión en las tardes, pero, si los contenidos no les interesan o no les gustan prefieren salir a jugar con sus familiares, amigos o vecinos.



Figura xxx. Televisión de pantalla plana

#### *Hogares sin niñas, niños ni adolescentes*

En estos hogares optan por los siguientes canales: El Canal de las Estrellas, Canal Cinco, Azteca 1, Canal Once, Canal 13 Puebla, Canal 22. Entre los programas que destacan se encuentran las telenovelas “Lo que la vida me robo” y “Amor real”, la serie “La Rosa de Guadalupe”, el talk shows “Cosas de la vida”, los programas cómicos “Me caigo de risa”, “100 mexicanos dijeron”, el noticiero “Hechos” y “Notitrece”, los documentales “Dinero y poder” y “Civilizaciones antiguas”. En Imí fue el único lugar en el que mencionaron las “mañaneras” (de la Presidencia de la República Mexicana) y el reality show “Survivor” (porque se mencionan habilidades para la caza y la pesca). Los integrantes de estos hogares tienen preferencia por las películas mexicanas románticas y las de comedia, ambas les evocan recuerdos.

Los horarios de consumo de televisión son en la tarde y en la noche, generalmente después de que han culminado las tareas de la casa o de sus actividades laborales:

*"Nos gusta ver la tele ya para relajarnos... A veces pasan algo que se nos hace interesante y mi esposo y yo nos ponemos a platicar sobre eso"*

*(Hogar sin niñas, niños ni adolescentes, La Victoria, nivel de marginación Muy Bajo)*

### *Hogares con adolescentes*

En estos hogares se observó que los canales que toman relevancia son El Canal de las estrellas, Imagen televisión y Azteca Siete. Las telenovelas en este grupo son vistas en familia y destacan entre sus preferencias "Lo que la vida me robó", "Esposa Joven" y "Mi secreto". Los programas de comedia que más les gustan son "La familia P. Luche", "Vecinos", "Los comediantes" y la serie "La rosa de Guadalupe". Los horarios que eligen las y los adolescentes para ver la televisión es por la tarde y por la noche, después de las clases cuando llegan a sus casas (la mayoría se encuentran estudiando la secundaria).

### **Consumo de televisión de paga**

#### *Hogares con niñas y niños*

Los niños y niñas de estos hogares refieren los siguientes canales: Nickelodeon, Discovery Kids, Nickjunior, Cartoonito, Disney Jr., Cartoon Network, Canal Cinco y Azteca 1. Los programas más vistos son "Peppa Pig", "Bob Esponja", "Blaze", "Ladybug", "Mickey", "Paw Patrol", "Jóvenes Titanes", "Los caballeros del Zodiaco", "Los Casagrande", "Manzana y Cebollín", "Lucas la Araña", "Popeye", "Looney Tunes" y "Sailor Moon".

La principal función es el entretenimiento. En Higinio Tanguma los niños y niñas expresaron que los programas que ven son divertidos, han aprendido a contar números, multiplicar y conocer más sobre caballos. Tanto en Higinio Tanguma como en Imí las madres de familia principalmente, aseveran que hay programación no apropiada para sus hijas e hijos, esto por el tipo de lenguaje y el comportamiento de los personajes. En Tanguma una madre mencionó que los personajes principales de "Peppa Pig", "Bob Esponja" y

“Dragon Ball Z”, tienen un comportamiento egoísta, por ello, en ambas localidades intentan supervisar el contenido que sus hijos e hijas ven en la televisión.

Por su parte, los padres y las madres de estos hogares ven canales variados. Los más sintonizados son Distrito comedia, Universal, De película, Discovery Home & Health, Baby tv, Discovery Channel, ESPN, Fox Sports, Telehit, Bandamax y National Geographic. Los programas musicales que destacaron son: “Top Diez”, “Las más picudas”, y en deportes “La última palabra”. Las telenovelas forman parte de los gustos de los integrantes de estos hogares y ven “La Dueña”, “Corazón Indomable” y “Marimar” a través del canal Telenovelas que transmite contenido de Televisa. En Imí, además de las “prédicas”, la telenovela “Lo que la vida me robó” es una de las favoritas.

*“Aquí en la casa tenemos la costumbre de ver novelas...  
pero yo creo que esa costumbre está en todas partes,  
¿no?... Puedo decir que soy novelera de corazón”*

*(Hogar con niñas y niños, La Victoria, nivel de marginación  
Muy Bajo)*

En La Victoria se mencionó el programa “Contacto Paisano” porque funciona como enlace para enviar saludos o mensajes a familiares y amigos que se encuentran en alguna ciudad norteamericana.

En estos hogares se notó que alternan la búsqueda de contenidos televisivos en Youtube o Netflix. Por ejemplo, un hogar en Imi hizo énfasis en que una de las alternativas para ver canales y caricaturas es buscar en Youtube. Por otro lado, los horarios de consumo de televisión son en la tarde y en la noche, después de las jornadas laborales y de las clases de los niños y las niñas. Las actividades que llevan a cabo al ver los contenidos televisivos son: descansar, tomar alimentos en el desayuno, comida, cena y “botanear”.

*Hogares sin niñas, niños ni adolescentes*

En estos hogares el canal más sintonizado es el Canal de las Estrellas, seguido de los canales de Tv Azteca, Canal 9, Distrito Comedia, Discovery Channel y

Tlnovelas (este canal es muy visto en Imí y en San Francisco Temetzontla). Además, en Higinio Tanguma sintonizan Televisa del Golfo, Telemundo, Foro Tv y canales de películas, y en La Victoria ESPN.

Los programas favoritos son el matutino “Hoy”, las series “La rosa de Guadalupe” y “Como dice el dicho”, la telenovela “Lo que la vida me robo”, los programas “100 mexicanos dijeron”, “Una familia de diez”, “Vecinos”, “Sobrevivientes al desnudo”, “Mundo animal” y “Exatlón”. También les gusta la programación del canal Bandamax; documentales de animales, programas como megaconstrucciones, películas de Cantinflas y partidos de fútbol.

Los hombres prefieren ver las noticias nacionales y regionales, y películas. La mayoría de las mujeres entrevistadas mencionaron ver telenovelas, y en Tanguma documentales de la naturaleza de otros lugares del mundo. En este sentido, los contenidos se asignan hacia la información y que les proporciona aprendizajes.

#### *Hogares con adolescentes*

De estos hogares en Imí y en Temetzontla no tenían señal de tele de paga, por lo que la información de esta sección corresponde a Higinio Tanguma y La Victoria. Los canales mencionados son: el Canal de las Estrellas, Foro TV, Televisa del Golfo (Tanguma), ADN 40, Discovery Channel, Warner y canales de películas. Los programas que ven en familia son los documentales de Discovery Channel y National Geographic así como las series y películas. Los adolescentes ven las series melodramáticas “La rosa de Guadalupe” y “Como dice el dicho”, también “Vecinos” y telenovelas en la tarde, también les agradan documentales y las series. Los adultos jóvenes con escolaridad media superior ven series de crímenes y de investigación.

En La Victoria ven canales variados como Nickelodeon, Telehit, Discovery Home & Health y Milenio, además, los adolescentes ven series animadas como “Gravity Falls” y “The loud house”. Comparten preferencias con adultos jóvenes que suelen ver documentales sobre animales, comida y culturas; programación musical como el “Top 10”, comedias como “40 y 20” y series como “Dra. Sandra Lee: especialista en piel”.

La mayoría de los programas que consumen en este tipo de hogar se vincula al entretenimiento. Los horarios para ver la televisión son en la tarde y en la noche, después de las actividades escolares de las y los jóvenes y de los trabajos de los padres, mientras disfrutan momentos de descanso, toman bebidas en la merienda o durante la cena. En promedio, el tiempo de visionado en los tipos de hogares estudiados va entre 1.6 y 2.5 horas al día.

## Hábitos y preferencias de consumo de internet

En este apartado se aborda la utilización de redes sociales, plataformas Over The Top y los contenidos consumidos mediante internet. En el estudio se identificó que la utilización de celulares para consumir medios de comunicación ha incrementado y es una de las maneras más rápidas y eficaces de comunicación por medio de la red. El acceso a las redes sociales añade al consumo de medios funciones como la diversión, entretenimiento y para aprendizajes de la vida cotidiana como oficios o trabajos. Poder buscar contenidos de interés ha resultado más fácil porque son medios más ágiles debido a la rapidez con la que se despliegan más opciones para el visionado.

El estudio mostró que cuando existe la posibilidad de conectarse a internet, los integrantes de los hogares acceden a contenidos variados de acuerdo con su edad, escolaridad, intereses y gustos personales. En este sentido, se dividió la asignación de funciones en 1) entretenimiento 2) búsqueda de información 3) contenido educativo y 4) para sostener comunicación con familiares y amigos. Por otro lado, se puede señalar que los y las adolescentes tienen mayor acceso y hacen más uso de las redes sociales y, las y los niños están comenzando a acceder a una edad más temprana. Se identificó que la principal herramienta de búsqueda es Google y, además, en los hogares de localidades con un grado muy bajo de marginación destacaron los servicios de Google Meet y Zoom

**Hogares en localidades con un grado de marginación muy alto.**

Las cuatro plazas con un grado muy alto de marginación son: Linda Vista en Nayarit, San José Independencia en Veracruz, El Fresno en Guerrero y Casimiro Leco en Michoacán. La televisión en estos contextos es el principal medio por el cual se accede a, principalmente, contenidos de entretenimiento e informativos.

Dentro de estos hogares se hizo mención de redes sociales y plataformas como Facebook, WhatsApp, YouTube, Instagram y Twitter; mismas que fueron utilizadas para cumplir funciones de entretenimiento, comunicación con familiares y amistades y acceso a información.



Figura xxx. Aplicaciones instaladas en teléfono celular

En cuanto a los horarios que establecen los integrantes de las familias para conectarse a internet y hacer uso de redes sociales y de plataformas en los tres tipos de hogares, se identificó que el horario de preferencia es por la tarde, seguido del horario nocturno.

#### *Hogares con niñas y niños*

Las preferencias de estos hogares sitúan a YouTube, Facebook, WhatsApp y TikTok en los primeros lugares. En estos hogares eligen usar Facebook y TikTok

para ver videos cortos, WhatsApp para chatear y Youtube para ver películas, tutoriales y escuchar música.

En relación con los niños y niñas de estos hogares es conveniente señalar que no cuentan con teléfono celular propio para ver videos o jugar en Apps, por lo su uso depende de sus padres y madres, en algunos casos también de estar bajo supervisión. En Casimiro Leco ninguno de los hogares reportó que se le permitiera a los niños y niñas acceder a redes sociales. El único caso en donde una niña si sabía usarlas para ver videos de caricaturas fue en San José Independencia.

*"Mi hija es la más feisbuquera, ella luego agarra mi teléfono y se pone a ver sus caricaturas, ¡creo que lo sabe usar hasta mejor que yo!"*

*(Hogar con niñas y niños, San José Independencia, Nivel de marginación muy alto)*

Entre mujeres y hombres adultos de estos hogares es importante WhatsApp porque es una herramienta de comunicación muy efectiva para cuestiones sociales, laborales, educativas y de diversión.

*"El WhatsApp es puro de trabajo, pues y con los amigos, me conecto todo el día, porque todo el día me hablan"*

*(Hogar con niñas y niños, Casimiro Leco, Nivel de marginación Muy Alto)*

Por otro lado, el contenido audiovisual que se consume por medio de Facebook se le asigna la función de entretenimiento, en donde entran actividades como ver videos y compartir información personal entre los contactos. En Casimiro Leco una mujer lo usa para estar en comunicación con su esposo que está en Estados Unidos. En la localidad de Linda Vista las personas jóvenes adultas buscan en Facebook comedias como "Nosotros los guapos", telenovelas como "Cuando me enamoro", en estos hogares dijeron usar Kwai, que es una red social donde buscan, crean o comparten videos cortos y que su función es muy parecida a TikTok.

Las razones por las cuales utilizan estos medios y redes se presentan a continuación y se complementa y comprueba junto con la gráfica anterior que Youtube es más consultado y generalmente es para entretenimiento y para búsqueda de información escolar y de aprendizaje.

Para el caso de las OTT una de las que más mencionaron en este tipo de hogar es Youtube, que se emplea como fuente de entretenimiento para videos infantiles, películas de varios géneros, telenovelas y videos musicales. En San José Independencia los niños y niñas se conectan por el celular que les prestan padres y madres para acceder a la plataforma para ver caricaturas como "Sonic", "Ladybug", "Bob esponja", "Masha y el oso" y "Peppa pig".

Las mujeres adultas de Linda Vista consultan información en Youtube, para fortalecer sus labores profesionales como lo hacen las cocineras del albergue y las personas dedicadas al sector salud. En Casimiro Leco una madre de familia ve videos que le ayudan a seguir aprendiendo manualidades como el punto de cruz, a tejer y cocinar, en El Fresno buscan videos para conocer plantas y animales, así como diversas manualidades, en estos hogares consultan contenidos que les apoyan a desarrollar de mejor manera sus actividades creativas. Por lo tanto, Youtube se coloca entre las preferencias porque cumple varios rubros como el aprendizaje y la recreación. En lo tocante a otras OTT, en un hogar en El Fresno mencionaron acceder a otra plataforma YouTube Music (que es un servicio de retransmisión de música desarrollado por YouTube) para escuchar música de banda, grupera y cumbias.

En estos hogares se conectan a internet para uso de redes sociales y plataformas OTT por la tarde, por un lado, es posterior a las actividades diarias y, por otra parte, sólo pueden en ese horario por la infraestructura y asequibilidad del servicio que no pueden ampliar los horarios.

Hogares sin niñas, niños ni adolescentes

Los integrantes de estos hogares son personas adultas que ocupan principalmente las redes sociales para comunicarse con familiares y

amistades siendo las principales WhatsApp, Facebook, YouTube, TikTok e Instagram.

Las personas entrevistadas hacen uso de WhatsApp y Facebook principalmente, la primera aplicación les sirve para cuestiones laborales y profesionales, tal como lo emplea una médica tradicional de San José Independencia para la consulta de sus pacientes y como una vendedora de flores lo aprovecha para la venta de sus productos con sus clientes.

*"Nuestros clientes nos hacen sus pedidos de arreglos florales mediante el WhatsApp de mi hija, o me preguntan que, si ya traje flor, ya solo les avisamos cuando ya están para que pasen por ellos"*

*(Hogar sin niñas, niños ni adolescentes, San José Independencia, Nivel de marginación Muy Alto)*

En estos hogares se accede poco a TikTok y aparece una mención a Instagram. Otras redes como Telegram, Twitter o LinkedIn no figuran.

En Casimiro Leco las personas ocupan el celular como medio de entretenimiento y, para comunicarse se utiliza WhatsApp. Cabe decir que ninguno de los entrevistados tiene cuentas en redes sociales. En El Fresno la mayoría de las personas adultas mayores difícilmente usan el celular. A excepción de un hogar compuesto por un matrimonio de adultos sin hijos, que no saben leer ni escribir pero que aprovechan la App para mandar mensajes de voz. Por su parte, Facebook se colocó en segundo lugar por la facilidad para buscar información en páginas locales como "San José Independencia Zongolica, Ver", la cual les proporciona información local, noticias regionales y les da la oportunidad de transmitir anuncios referentes a su comunidad.

De las plataformas OTT, Youtube les sirve de apoyo a las personas en sus labores profesionales. En Linda Vista acceden a videos para aumentar conocimientos y saberes. Algunas personas mencionaron beneficios por ver videos tutoriales, por ejemplo, una mujer que tiene una papelería en San José Independencia aprendió a envolver regalos.

*"Yo la mera verdad me ha servido mucho ver videos en Youtube de medicina tradicional, mucho ya lo tengo grabado y conozco las plantas ya solo con los videos me ayudo un poco más"*

*(Hogar sin niñas, niños ni adolescentes, San José Independencia, Nivel de marginación Muy Alto)*

En estos hogares mencionaron acceder a Netflix para ver series como la "Casa de papel" y "The walking dead", documentales de otros lugares del mundo, de animales y de paisajes naturales.

En San José Independencia sólo un hombre con estudios de nivel superior dijo usar Spotify, desde la cual escucha música romántica, banda, nortea, electrónica, entre otros.

El horario en que más se accede a servicios vinculados a internet es en la tarde, seguido de la noche.

Hogares con adolescentes

En estos hogares se observó mayor uso de redes sociales y en el consumo de contenidos audiovisuales por medio de internet. En este estudio se encontró que los padres y madres aceptan que sus hijas e hijos accedan a redes sociales a partir de los 13 años, aunque el acceso a dichos servicios puede ser más prematuro. También, son las y los adolescentes quienes pasan mayor tiempo navegando en el celular, por más días y más tiempo en el consumo individual. Los integrantes de estos hogares acceden a redes sociales y plataformas como Facebook, WhatsApp, YouTube, TikTok, Instagram y Twitter.

En Casimiro Leco hicieron énfasis en que Facebook es una red de carácter familiar. En Linda Vista gustan de subir historias a su perfil de Facebook y musicalizan lo que comparten. Facebook brinda entretenimiento porque se pueden ver publicaciones de los contactos, en especial los videos. Para comunicarse con familiares y amistades, así como para el trabajo, se utiliza WhatsApp. Para los adolescentes es, además, un canal de comunicación

con docentes y compañeros de sus escuelas y así estar enterados de tareas escolares.

*"Comunicarse con los amigos y pasar el tiempo, me comunico con mis amigas, (...) me conecto en la tarde; TikTok, lo utilizo como entretenimiento (...), WhatsApp para comunicación con amigos o familiares, con mis tías y amigas"*

*(Hogar con adolescentes, Casimiro Leco, Nivel de marginación muy alto)*

TikTok es del agrado de las personas de estos hogares por los videos cortos de diversos temas, por ejemplo, en San José Independencia lo utilizan para ver imitaciones de bailes chistosos y trucos. En cuanto a Instagram, los adolescentes lo utilizan para ver fotos de sus amistades y conocidos, así como para chatear. En las entrevistas destaca que hay quienes usan Twitter y Snapchat, esta última para enviar videos o mensajes cortos.

Durante el consumo cotidiano de redes es común que los adolescentes pasen tiempo a solas viendo el celular, si es que tiene celular propio, sin realizar ninguna actividad más allá de ver y escuchar contenido de su agrado.

*"Sí veo la tele, pero no mucho, me gusta estar más en mi cuarto, como llega hasta allá internet... pero cuando no tengo para la ficha pues ya voy que para la clínica o así"*

*(Hogar con adolescentes, Linda Vista, Nivel de marginación Muy Alto)*

Los y las adolescentes tienen responsabilidades además de las escolares, como las laborales, domésticas y ayudando en el campo. En este rango de edades estudian en la secundaria y el bachiller o preparatoria (nivel medio y medio superior), lo que les hace buscar contenidos educativos en Youtube que les ayuden a realizar sus tareas. En Linda Vista algunos adolescentes y adultos agregaron que ven contenidos de "El profe", el cual trata temas de

matemáticas, geografía, entre otros para dar soluciones y enseñanza de varios temas educativos.

El entretenimiento es otra de las funciones de Youtube porque localizan en esta plataforma videos infantiles, caricaturas, películas de varios géneros (acción, aventura, drama) telenovelas, noticias, programas como “La verdad oculta”, “Campechaneando” (mencionada en San José Independencia), videos de música que son parte de la vida cotidiana de la población joven adulta. En Linda Vista las adolescentes escuchan música nacional e incluso de otro continente y muestran agrado por grupos del género K-pop como el grupo BTS que es de Corea del Sur.

Las jóvenes en Linda vista y San José Independencia ven tutoriales de moda, belleza (maquillajes) y en especial de trenzado porque cabe señalar que son comunidades rurales indígenas en donde la mayoría tiene el cabello largo y les permite tener otras maneras de llevarlo. Los tutoriales de belleza tienen preferencia, así como los temas relacionados con lo afectivo, en especial sobre el amor y algunas búsquedas vinculadas al cuidado y trabajo doméstico.

El uso de plataformas OTT sólo fue referido en El Fresno por adolescentes varones de entre 14 y 17. La frecuencia con la que se conectan depende tanto de las fichas pre-pago como de la señal de internet. En esta localidad se ven y prefieren plataformas variadas como YouTube, YouTube Music, HBO, Claro Vídeo o Trebel, este último para bajar música y videos de forma gratuita. Netflix lo ocupan para ver series, películas o tutoriales de aprendizaje. En plataformas musicales se hizo mención en dos hogares de Spotify, pero es más limitado el consumo debido a las fallas del internet satelital y a los costos que conlleva comprar fichas.

*“La más económica es la de 23 pesos para 3 horas, luego se acaba, uno anda ahí chillando con el plan donde hay internet, no tienen otra y a seguir hasta donde sé dónde agarrar la señal, porque si van a comprar una ficha, verdad, quiere que agarre en casa”*

*(Hogar con adolescentes, El Fresno, Nivel de marginación  
Muy Alto)*

El contenido audiovisual consumido por medio de servicios vinculados a internet cumplen funciones de aprendizaje laboral entre los jóvenes. En El Fresno dos hermanos aprendieron en plataformas OTT a hacer injertos de árboles, repostería y mecánica, esta última para ayudar a su padre en la compostura de coches. Otro chico de 16 años aprendió en redes sociales a trabajar en el campo y sigue cuentas donde puedan verse cuestiones laborales y de trabajo en otros lugares. También se mencionó que el uso del buscador de Google les sirve para las actividades escolares, el correo electrónico y paquetería de Office. Los horarios para navegar en redes sociales y en las plataformas OTT es por la tarde, seguido por la noche.

**Hogares en localidades con un grado de marginación muy bajo.**

En este apartado se muestran los datos encontrados en los hogares de muy baja marginación de las localidades de Higinio Tanguma (Tamaulipas), Imí (Campeche), La Victoria (Zacatecas) y San Francisco Temetzontla (Tlaxcala). Los hábitos de consumo de internet giran en torno a los gustos, preferencias y razones por las cuales las personas consumen redes sociales siendo estas el entretenimiento, comunicación con amigos y familiares y búsqueda de información.

En el estudio se encontró que WhatsApp es el servicio más utilizado para comunicarse, incluyendo entre profesores y alumnos, así como para los intereses y actividades laborales. El segundo servicio más utilizado es el Messenger de Facebook, el cual es un chat de comunicación personal con opción para crear grupos. La parte de entretenimiento se busca en Facebook. Youtube también es una opción para entretenerse, consumen videos, tutoriales, música y películas. Instagram y Tiktok también fueron mencionados como parte del entretenimiento. En el rubro de búsqueda de información se señalaron Facebook y Youtube. Por otro lado, algunos integrantes de los hogares hicieron mención del uso de Twitter y de Telegram, este último empleado con fines laborales y escolares, aunque se aprecia claramente que las menciones fueron menores.

En los hogares consideran de gran utilidad el buscador de Google y los servicios de videollamadas Meet y Zoom. Otros servicios vinculados a la conexión de internet fueron señalados en menor proporción, por ejemplo, Snaptube (aplicación de Android que permite descargar videos de diversos sitios como Facebook, Instagram, Dailymotion, Twitter y demás plataformas) y Newpipe (aplicación libre y de código abierto para reproducción multimedia, permite descargar vídeos y su escucha en segundo plano).

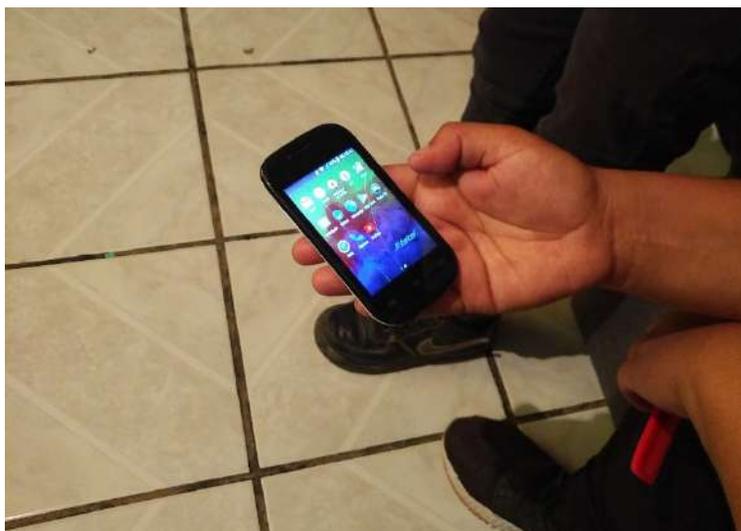


Figura xxx. Uso de celular consumo de contenidos

Ningún niño y niña de 5 a 12 años de los hogares participantes tienen redes sociales personales y tampoco cuentan con dispositivos propios para acceder a éstas sin el consentimiento de sus padres. Se registró un caso en San Francisco Temetzontla en donde un menor accede a las redes sociales de su madre y ve contenido en Facebook, WhatsApp y TikTok. Algunos niños y niñas de Higinio Tanguma utilizan Instagram y Facebook como medios para el entretenimiento, utilizan el celular y cuentas de su madre. Por ello, los niños y niñas están, generalmente, supervisados por sus padres y madres. En Imí se toman más precauciones por la religión pentecostal que practica la mayoría de la población, además, los niños y niñas prefieren salir a jugar con sus amigos si se da la oportunidad.

En el estudio se observó que en estos hogares existen más posibilidades de conectarse a plataformas OTT (a excepción de Higinio Tanguma que sólo

acceden a Youtube). Se visualizan contenidos en Disney Plus, Pluto Tv, Claro Videos, HBO Max, Netflix y Spotify. La clasificación de contenidos que ven las personas en las OTT es, en su mayoría, de entretenimiento como películas, documentales y series.

### *Hogares con niñas y niños*

En este tipo de hogares se identificaron menciones a redes sociales y plataformas como WhatsApp, Facebook, Instagram, TikTok, Twitter, YouTube y Telegram. Se aprecia que WhatsApp es utilizada para la comunicación con familiares y amistades, mientras que Youtube y Facebook son para el entretenimiento, y en segundo lugar para la búsqueda de información. En un hogar hubo una mención del uso de Telegram como un medio para mantenerse comunicado.

Durante el día y sobre todo en los momentos de ocio los adultos jóvenes, padres y madres de los niños “revisan” Facebook y WhatsApp ya sea para atender mensajes o notificaciones, o para estar al tanto de publicaciones y actualizaciones de estado de sus respectivos contactos. En estos hogares de muy baja marginación TikTok tiene más registros, fue mencionado por niñas, niños y adolescentes.

*“Tiktok lo abrí últimamente... viendo un video de YouTube, vi que un youtuber vi que subió un video de otra persona donde decía cosas malas así del gobierno y me metí también para comentarle y abrí mi canal”*

*(Hogar con niñas y niños, Imí, Nivel de marginación Muy Bajo)*

Por otro lado, las niñas y niños en Imí no acceden a redes sociales ya que sus padres y madres son los que les proporcionan y limitan los dispositivos. En Youtube y Netflix sólo pueden ver lo que sus padres les permiten. Aunque, los niños y niñas acostumbran a buscar y ver contenido relacionado con videojuegos y game players, clips de caricaturas y videos sobre experimentos. En Temetzontla mencionaron canales para aprender sobre sumas y restas.

Los hombres usan WhatsApp para asuntos relacionados con sus trabajos y las mujeres para estar en contacto con familiares, para sus trabajos y para las tareas respectivas de sus hijos.

Las madres de estos hogares reconocen e identifican que en las redes sociales hay contenidos que sirven de apoyo en tareas escolares. Entre los personajes y contenidos que siguen en redes sociales las mujeres entrevistadas de La Victoria se encuentran: Luis Ángel El Flaco, Daniela Rodrice y La India Yuridia, actividades para niños, canales de cocina, La Cotorrisa (comedia), clips musicales, tutoriales, de manualidades y recetas, superación personal y negocios (estos últimos buscados por personas con escolaridad de nivel medio superior). Sólo las mujeres adultas con educación media superior mencionaron el consumo de programas de investigación. Por su parte, los hombres mencionaron “Brincos Dieras” (comedia), ESPN y programas deportivos como “La Última Palabra” o perfiles de futbolistas como Edson Álvarez, Rubens Sambueza y Guillermo Ochoa.

Las páginas de Facebook en donde pueden consultar información de sus localidades son “Agencia Municipal de Imí” administrada por la misma agencia, donde se sube información sobre las gestiones y trabajos que se hacen en la localidad, así como de eventos culturales como el cine gratuito que ofrecen. En La Victoria destaca la página de Facebook “Trapitos negros”, en donde hombres y mujeres siguen noticias e información locales, incluso por el contexto de violencia la gente hace preguntas acerca de los sucesos en sus colonias y en las comunidades vecinas. En Higinio Tanguma existe una página llamada “VENTAM Tanguma” que publica cualquier asunto de interés comunitario.

En lo que se refiere a las OTT, en San Francisco Temetzontla los infantes ven “Beyblade Burst”, “Sonic” y “Ben 10”. Una de las principales plataformas donde ven estos programas es YouTube. En Imí, este tipo de hogar son los que consumen mayor contenido por plataformas OTT, como familia mencionaron que ven películas motivacionales, videos religiosos, series coreanas, caricaturas y “Los Polinesios”.

*"En las caricaturas hacen cosas graciosas y me dan mucha risa... hay superhéroes que pelean con los villanos para detenerlos y a mí me gusta ver pelear"*

*(Hogar con niñas y niños, La Victoria, Nivel de marginación Muy Bajo)*

En Higinio Tanguma los niños señalaron buscar contenido sobre videojuegos, videoblogs como "Pongámoslo a prueba", "Alejo Igoa" (videos sobre experimentos) y videos sobre corridos musicales. Las niñas mencionaron ver videoblogs como "Muñecas lol" o "Ideas en 5 minutos", aplicación de maquillaje, una niña dijo que le gustaban las coreografías de bailes y confección de ropa para muñecas en Youtube además de los videos de Instagram y Facebook.

Los niños y niñas de La Victoria suelen consumir contenido sobre videojuegos y game players. Por ejemplo, un niño de 6 años aprende sobre videojuegos de Pac Man, y otro niño de 8 años aprende de Minecraft. En este tipo de plataformas se busca y consume respectivamente contenido sobre videojuegos y gamers-streamers, entre estos destaca Minecraft, Assassin's, Raptor Gamer y Karim Juega.

Por su parte, las madres de familia más jóvenes de La Victoria suelen buscar tutoriales de repostería, cocina y recetas, videos de superación personal, así como de finanzas básicas y emprendimiento de negocios. También acceden a Spotify, podcasts como Gusgri y La Cotorrisa, y a videos de música regional, pop, nortea, grupera, romántica y la música en inglés. Los hombres adultos tienden a la búsqueda de tutoriales de reparación del hogar, implementos agrícolas, herrería, pintura y mecánica automotriz. Se mencionó el uso de Pluto Tv y Claro Video, Netflix y HBO Max.

Los adultos jóvenes ven series, películas infantiles y familiares entre las que destacan "Los Croods", "Vikingos", "Trono de Reyes", "Buscando a Frida", "La casa de Papel", "Vis a Vis y "¿Quién mató a Sara?". En San Francisco Temetzontla las plataformas preferidas son: Disney Plus, Netflix para ver películas románticas y de terror; YouTube Music, Spotify para escuchar banda, de Juan Gabriel, reguetón, pop en inglés, salsa, bachata, rock,

cumbias; YouTube para videos musicales, comida, chismes de artistas, música de banda, pop en español, películas de acción, videos de cocina, recetas, programas como "Cantando por un sueño", "Tengo talento", pop en inglés, electrónica, K-pop, National Geographic, Alienígenas ancestrales.

Los horarios de conexión a internet en estos hogares les en la tarde y la noche. Acceden a WhatsApp y Facebook a lo largo del día por cuestiones laborales.



Figura xxx. Modem de internet

### *Hogares sin niñas, niños ni adolescentes*

En estos hogares se utilizan principalmente WhatsApp y Facebook, para comunicarse y por temas de entretenimiento. A excepción de dos personas de la tercera edad, que viven en Imí y que dijeron no usar redes sociales, las demás personas entrevistadas utilizan WhatsApp como medio de comunicación con familiares y amistades, y para asuntos de trabajo.

En las cuatro localidades indicaron que utilizan servicios vinculados a internet para mantenerse informados, comunicados y con fines de entretenimiento. Messenger de Facebook ha servido para mantener contacto y chatear con familiares y amistades, mientras que Facebook cubre un buen porcentaje de entretenimiento, y una persona mencionó descargar libros por esta red. Youtube está en la misma posición que Instagram en cuanto al

entretenimiento. TikTok sólo tiene una mención, Telegram, Twitter y LinkedIn no figuran.

*"Para que yo descargue videos de tejidos porque a mí me gusta tejer... y entró a mi Facebook... yo soy de subir muchas fotos con él... Tengo una aplicación de Snap... Snaptube, ahí exactamente, tienen para descargar música, de todo, música, video de tutoriales"*

*(Hogar sin niñas, niños ni adolescentes, Imí, nivel de marginación Muy Bajo)*

En la localidad de Tanguma mencionaron la búsqueda de contenidos en Facebook, Youtube y TikTok. Entre los motivos de búsqueda está el gusto por los documentales, programas de recetas de cocina y de aquellos que hablan de agricultura y ganadería, por ejemplo, el programa "Nuestro Campo" (noticiero del campo agrícola mexicano). En esta misma localidad existe una página de Facebook y una página de información local del ejido "VENTAM Tanguma" en la cual se anuncian contenidos sobre ventas y anuncios de interés general.

*"En la página de Facebook se anuncia si por ejemplo hay un vecino enfermo y necesita ayuda pues ahí lo ponen y así uno se entera"*

*(Hogar rural sin niñas, niños ni adolescentes, Higinio Tanguma, nivel de marginación Muy Bajo)*

La edad de cierta forma limita su consumo de redes sociales, incluso acceder a internet no es una prioridad para algunas personas. En Higinio Tanguma sólo un hogar de una pareja de 60 y 62 años dijo tener internet, los otros dos hogares están conformados por parejas quienes manifestaron no saber cómo manejar un teléfono inteligente y no consideran necesario conectarse a internet. En el caso de Imí tampoco tienen un acceso cotidiano que les permita estar conectados a redes o internet.

En cuanto a las OTT, se observó que en Imí mencionaron utilizar Netflix para ver películas motivacionales, películas variadas, series y caricaturas. Se pudo detectar que las personas con escolaridad superior son las que consumen mayor contenido en dicha plataforma. En La Victoria la plataforma más utilizada es Youtube, tanto por hombres y mujeres, en todos los grupos de edad y niveles de escolaridad, no acostumbran a ver otras plataformas de video. YouTube se utiliza para buscar tutoriales y videos en general, los hombres adultos tienden a la búsqueda de tutoriales de bricolaje, implementos agrícolas, herrería, pintura y mecánica automotriz. En un hogar un hombre manifestó escuchar la radio por internet de vez en cuando, específicamente Stereo Zer 96.5, además de videos musicales o canciones de Conjunto Primavera, Intocable, Los Temerarios o Grupo Bryndis, por mencionar algunos. En cuanto a la escolaridad destaca que las personas quienes tienen la educación media superior y superior son quienes acceden y más variedad de contenidos comentan o identifican en plataformas OTT.

En San Francisco Temetzontla hacen uso de OTT y gustan de ver Netflix con contenidos de películas románticas y de terror, las series “La Reina del Sur”, “El Chema”, “El Chapo”, “La casa de papel”. En la plataforma de Spotify escuchan música salsa, rancheras, versátil, electrónica, pop, norteñas, de todo. Otras plataformas que mencionaron son Disney Plus, YouTube Music y YouTube, para consumir videos musicales; Kiwilimon, Panadería paso a paso, Salud UNAM, Sistemas computacionales, películas de acción, de preparación de comida, chismes de artistas, videos musicales, música de cumbia, Enya, antiguas, suspenso, videos de neurociencia, documentales de animales, pop en inglés, electrónica, K-pop, National Geographic, Alienígenas ancestrales. En los hogares de la localidad se refirió que el internet es una herramienta para tener conectividad y acceso a plataformas con contenido de entretenimiento como Netflix, Spotify, pero principalmente YouTube, ya que el acceso es gratuito y tiene contenido diverso. Sólo uno de los hogares de este tipo no accede a plataformas de contenido a través de internet.

En cuanto a los horarios, se prefiere la tarde y en la noche, después de trabajar para buscar contenidos de entretenimiento.

### *Hogares rurales con adolescentes*

En este tipo de hogares WhatsApp es el servicio que más se utiliza, después Facebook y en tercer lugar Youtube. También se presentaron menciones a Instagram y TikTok.

En la localidad de Imí WhatsApp es el principal medio de comunicación familiar, escolar y laboral entre personas jóvenes y adultas. Facebook para consumir contenidos diversos y Tiktok por adolescentes para ver videos cortos. Se hizo mención de Newpipe que es una aplicación libre y de código abierto para reproducción multimedia, la ocupan porque no tienen televisión de paga. Dicha aplicación fue instalada en una tableta electrónica, que pertenecía a un hombre adulto, con un nivel escolar básico, y la tenía instalada porque su dispositivo no le permitía el acceso a YouTube. En La Victoria, Higinio Tanguma y San Francisco Temetzontla las redes que utilizan más son Facebook-Messenger y WhatsApp, se suma Youtube, Instagram, TikTok y Telegram (usada por personas adultas para asuntos laborales y escolares).

De acuerdo con la información obtenida en campo, destaca que en Imí los adolescentes tuvieron que acceder a redes sociales para tener clases en línea durante la pandemia y las tareas se las hacían llegar por WhatsApp, por lo que continuó siendo un medio de comunicación entre profesores y alumnos. Estos hogares, en su mayoría, tienden a usar más contenido de internet porque los adolescentes la usan con mayor frecuencia. Las redes sociales se usan para mantenerse informados, les ayuda para enterarse de acontecimientos por medio de los grupos de WhatsApp y también existe una página en Facebook llamada "Agencia Municipal de Imí" administrada por la misma agencia, donde se sube información sobre las gestiones y trabajos que se hacen en la localidad.

Los adolescentes en Higinio Tanguma utilizan Facebook, Instagram y TikTok como medios de entretenimiento, para la contenido educativo mencionaron WhatsApp y Youtube. En cuanto a formación continua, un adolescente manifestó buscar información sobre cómo arreglar automóviles en Facebook. También se mencionó gusto por los documentales y en redes

sociales se busca contenido sobre crianza de animales domésticos para el caso de panadería buscan información en Youtube.

De manera específica en Imí buscan contenido religioso y canales cristianos a través de Facebook. La importancia de consumir estos contenidos es debido a que forma parte de los hábitos de consumo de las familias entrevistadas, una chica de 15 años ocupa su celular para escuchar las prédicas porque se siente identificada con ellas y busca este tipo de contenidos, menciona que ha utilizado esos conocimientos para cambiar su manera de ser o actuar. Entre sus gustos también están las comedias y ve series coreanas. Indicó que los programas que no considera apropiados para ella son los que contienen escenas para mayores de edad.

En La Victoria las redes sociales se utilizan para comunicarse con familiares y amistades, y para fines de entretenimiento. Los hombres adolescentes y adultos siguen perfiles del Canelo Álvarez, Memo Ochoa, Edson Alvarez, Rubens Sambueza o cuentas como Brincos Dieras. En cuanto a adolescentes de ambos sexos y mujeres adultas consumen contenido de Luis Ángel el Flaco, Daniela Rodrice, La india Yuridia, Paola Herrera, Domelipa, CNCO, Nicky Nicole, Emilia Mernes, Paola Amaranta, Christopher Vélez, Erick Colón, María becerra, Reis Belico o la Pastora Yesenia (es la fundadora del Ministerio Internacional Soplo de Vida) y Paola Herrera.

Las mujeres adultas de estos hogares identifican que hay contenido en redes que sirven de apoyo en tareas escolares. Así mismo, las mujeres adultas que tienen un nivel educativo superior son quienes están al tanto de ofertas educativas en internet, cursos, diplomados o posgrados. La importancia de la información que puedan obtener les sirve para desarrollo profesional.

*"Conocí la universidad en la que estudié, en Zacatecas,  
porque una vez vi un anuncio en internet y he visto cursos,  
diplomados y maestrías de otras escuelas"*

*(Hogar con adolescentes, La Victoria, nivel de marginación  
Muy Bajo)*

En San Francisco Temetzontla acceden en mayor porcentaje a contenidos de internet. Mencionaron consultar contenido de Daniel Carreón por TikTok, el cual les ayuda en cuestiones de aprendizaje porque es un youtuber que enseña matemáticas.

En cuanto a los contenidos de plataformas OTT se pudo observar que usan Netflix y Youtube con mayor preferencia. En La Victoria se observó que el uso de plataformas OTT es diverso, la plataforma más utilizada es Youtube, tanto por hombres y mujeres con distintos niveles de escolaridad. Hombres y mujeres que rondan los treinta años y adolescentes son quienes tienen acceso a Netflix y HBO Max. Una mujer entrevistada mencionó ver novelas en Vix (servicio de streaming perteneciente a Televisa Univision), a través de su celular. En este tipo de hogares también se mencionaron otras plataformas como Amazon Prime, Disney Plus, Netflix, Star+ y Claro Video.



Figura xxx. Computadoras portátiles

En lo que se refiere a la escolaridad destaca que las personas con educación media superior y superior son quienes acceden a contenidos en plataformas OTT. Las mujeres entrevistadas acceden a Spotify para escuchar podcasts como "Gusgri" y "La Cotorrisa". En cuanto a música, escuchan el género regional, pop, norteña, grupera, romántica y la música en inglés. Las actividades que mencionaron realizar las adolescentes y mujeres cuando escuchan música en plataformas como Youtube o Spotify son hacer el quehacer doméstico como lavar trastes, limpiar la casa o lavar la ropa. Los adolescentes mencionan el canal Ideas en 5 minutos como

parte de sus preferencias. En la localidad de Higinio Tanguma consultan Youtube para aprender sobre corte y confección, bisutería, ejercicios físicos, así como también para arreglar automóviles.

En Imí ven contenidos en la plataforma Netflix para series y películas y YouTube para diversos contenidos y tutoriales. Así mismo, un adulto refirió ver tutoriales para reparar aparatos eléctricos.

En todos los hogares de Temetzontla se refirió que la conexión a internet es para acceder a plataformas con contenido de entretenimiento como Netflix, Spotify, pero principalmente YouTube, ya que es gratuito y tiene contenido diverso.

*"No tengo televisión abierta ni de paga, solamente el YouTube, tengo internet, los programas que quiero ver los veo por YouTube. Eso de la televisión de paga ya es obsoleto, ya no se debe de usar (...) quieres ver una película atrasada o actual le pones en internet, o si quieres películas actuales contratas Netflix"*

*(Hogar con adolescentes, San Francisco Temetzontla, nivel de marginación Muy Bajo)*

En los hogares de San Francisco Temetzontla y en La Victoria las plataformas OTT se utilizan de manera cotidianas. Spotify lo usan para escuchar música de banda, de Juan Gabriel; YouTube para caricaturas como Ladybug, Anime, videos de música de reguetón, videos musicales, música de cumbia, Enya, películas de acción, antiguas, suspenso, videos de neurociencia, documentales de animales, Cantando por un sueño, Tengo talento, música, pop en inglés, electrónica, K-pop, National Geographic, Alienígenas ancestrales.

Los hombres adultos y adolescentes acceden a plataformas y contenidos del canal de Canelo Álvarez, "Cantando por un sueño", "Tengo talento". Las mujeres ven series en Netflix como "Strangers things": "ahora que está de moda todos mis amigos la han visto, es sobre una chica con quien experimentan en un laboratorio y luego se escapa, la mayoría de mis amigos

la han visto" (HC3Tla-018 Cu). En general, otras series favoritas son "La Reina del Sur", "El Chema", "El Chapo", "La casa de papel". En Spotify música electrónica, pop, norteñas y variadas).

Por otro lado, algunos contenidos que consumen tienen la función del aprendizaje y quienes acceden a ellos principalmente son las mujeres, por ejemplo, una enfermera ve en YouTube programas sobre Salud de la UNAM, otras mujeres ven "Ideas en 5 minutos", "Craf", "Matemáticas Julio PROFE Ingeniero de matemáticas". Los hombres en este rubro gustan de ver contenidos de sistemas computacionales.

Los horarios para acceder a los servicios vinculados a internet son, en su mayoría en la tarde, seguido de la noche, cuando los adolescentes han regresado de la escuela y la mayoría de los adultos de sus trabajos. Este tipo de hogar es el que tiene más uso de tiempo en redes sociales y de navegación en internet.

## Hábitos y preferencias de consumo de radio

El presente estudio detectó que en seis de las ocho localidades la radio ha pasado a ser un medio de comunicación secundario, aunque, en Linda Vista y en San José Independencia la escucha de la radio es parte de la cotidianidad de los hogares.

Una característica del consumo de la radio es que las personas buscan un acompañamiento para sus quehaceres diarios y jornadas laborales. En el caso de las mujeres, escuchan música o sus programas favoritos mientras realizan labores en el hogar, como cocinar o limpiar sus casas. Los hombres escuchan la radio en sus jornadas de trabajo y en espacios laborales como talleres, en el campo o de manera específica en las bodegas de tunas y en las tareas de recolección del mismo producto como sucede en La Victoria. También, se identificó que entre las personas adultas jóvenes y adultos mayores que escuchan la radio, pueden vincular antecedentes particulares, por ejemplo, que la escucha de la radio fue una práctica cercana en la infancia, o que evoca a la nostalgia y a los recuerdos de las personas. Entre algunos jóvenes y niños y niñas les gusta escuchar la radio, pero, sólo se observó entre algunos integrantes de los hogares de Linda Vista.

*"Es que en el radio ponen canciones viejitas y antes en las canciones estaba más bonito lo que decían y cantaban más bonito"*

*(Hogar rural con niñas y niños, La Victoria, Nivel de marginación Muy Bajo)*

En el estudio se observó que la escucha de la radio es en su mayoría una práctica indirecta a otras acciones y circunstancias. Los niños, niñas y adolescentes de las ocho localidades llegan a escuchar la radio porque algún familiar sintoniza alguna estación, pero, no generan interés hacia los contenidos que se transmiten. Se escucha la radio de manera indirecta en tiendas de abarrotes y establecimientos de dulces, botanas y "antojitos" que tienen una radio encendida como sucede en La Victoria y en Linda Vista. También, los traslados en vehículo propio o en el transporte público es un momento en el cual se escucha la radio de manera casual y no necesariamente ponen atención a los contenidos, pero sirven de entretenimiento y acompañamiento en el camino. Sólo dos personas mencionaron que alguna vez escucharon radio por internet, una lo hizo por el celular y otra en la computadora personal.

### **Hogares en localidades con un grado de marginación muy alto.**

En tres localidades se escuchan radiodifusoras culturales indígenas del INPI: en Linda Vista "La Voz de los Cuatro pueblos" que transmite en español y náayeri, en San José Independencia "La Voz de la Sierra de Zongolica" con transmisiones en español y náhuatl, y en Casimiro Leco "La Voz de los P'urhepechas" que emite la señal en español y purépecha, la importancia de la radio cultural reside en que los contenidos se transmiten en lengua materna y, por lo mismo, se entienden y generan preferencias. Pero, en las dos primeras localidades se escucha activamente la radio comunitaria y en la última actualmente es menor el consumo. Uno de los aspectos vinculados es el número de hablantes de náayeri (en Linda Vista) y de náhuatl (en San José Independencia) es mayor, mientras que en Casimiro Leco sólo algunos de los entrevistados entendían la lengua.

### *Hogares con niñas, niños y adolescentes*

La información de esta sección sólo corresponde las localidades en donde los hogares mencionaron escuchar la radio, estos son de las localidades El Fresno y Linda Vista, por lo que no abarca a los hogares de las otras dos localidades.



Figura xxx. Grabadora para el consumo de contenidos de radio

En El Fresno se escucha La Comadre 101.5 FM para escuchar noticias, entrevistas con especialistas, música versátil, "La hora de los Tigres del Norte" y secciones donde se da la "hora actual". La Bestia Grupera 93.5 FM para música y noticias, La Ke Buena 103.9 FM para música variada y el programa de "Chato y Cheto Chiste" y La Mejor 100.1 FM mejor conocida como "La Mejor FM" con secciones de noticias y los programas de "Las Desplumadas" y "Espacio Deportivo". Con menos radioescuchas están las estaciones Fiesta Mexicana Radio 93.7 FM (noticias) y La Más Picuda 96.9 FM (música y la hora). En esta localidad mencionaron que no es muy frecuente que escuchen la radio y que cuando la llegan a sintonizar son los padres de familia para escuchar a los Tigres del Norte, música regional mexicana y se encontró el caso de una niña de 9 años que mencionó que le gustaba escuchar la música de Selena y Tatiana.

En Linda Vista son las personas adultas quienes escuchan la radio. Las mujeres mencionaron los avisos de gobierno y avisos locales, así como programas variados en lengua náayeri. Las estaciones que más sintonizan son La Voz de los Cuatro pueblos 750 AM donde escuchan programación musical, avisos, el programa "Topil mensajero", complacencias, noticias y Radio Korita 710 AM. Por FM se escucha La Lupe 92.1 y La Nayarita 97.7, estaciones principalmente del Pacífico, Mazatlán y Tepic, donde destaca su uso y preferencia por la escucha de música, más que por programas. Entre las actividades que realizan las mujeres mientras escuchan la radio es preparar alimentos y si están en familia se escucha durante el almuerzo. También, se escucha en las mañanas cuando limpian la casa o realizan otros quehaceres. En estos hogares la cocina es el espacio donde se coloca el aparato radiofónico.

*"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"*

*(Hogar con niñas y niños, Linda Vista, Nivel de marginación Muy alto)*

Los horarios para sintonizar la radio en ambas localidades es las mañanas cuando realizan actividades domésticas y laborales, y en las tardes.

*Hogares sin niñas, niños ni adolescentes*

La programación de la radio en este tipo de hogar se escucha en tres localidades a excepción de El Fresno. Las estaciones que eligen en Casimiro Leco son La Voz de los Purépechas en el 830 de AM, La Tapatía 103.5 de FM, Radio Eraxamani 106.1 que es cultural comunitaria y concesionada por IFT, Radio Erandi Tangancicuaro 107.1 FM y las estaciones comerciales de la ciudad de Zamora. En la comunidad, escuchan ocasionalmente la radio como medio de entretenimiento e informativo, aunque su uso se ha visto rebasado por dispositivos extraíbles o por la música que escuchan mediante el celular que conectan a una bocina por bluetooth. En estos hogares la radio está presente en la memoria de las personas adultas, aunque rara vez

la sintonizan. Las personas que dijeron escuchar la radio lo hacen en su vehículo particular cuando salen de la localidad porque, según indicaron, no cuentan en el hogar con un dispositivo mediante el cual puedan sintonizar alguna estación de radio.

En Linda Vista los integrantes de este tipo de hogar, y en general a la comunidad, les gusta escuchar el programa de “El Topil mensajero” en el 750 de AM de la estación La voz de los cuatro pueblos, porque, además de ser transmitido en su lengua materna (es un programa bilingüe), pueden enterarse de sucesos relevantes para la región como la entrega de apoyos del gobierno federal o estatal. También, les gusta la radio porque pueden escuchar música por mucho tiempo, principalmente música banda.

*“A ella le gusta escuchar los avisos o los programas ahí La voz de los cuatro pueblos, porque no habla español y pues ahí les entiende bien. A mí también me gusta escucharlo, le entendemos mejor”*

*(Hogar sin niñas, niños ni adolescentes, Linda Vista, Nivel de marginación Muy Alto)*

Asimismo, en la localidad se detectó un hogar que sólo contaba con la radio como medio de comunicación. Los integrantes de este hogar sólo hablaban en lengua indígena y, en este sentido, la preferencia por programas en su lengua materna. Por otro lado, coincide que este tipo de hogares contaban con tienditas y acostumbra a mantener la radio encendida para escuchar música y los programas.

En San José Independencia escuchan las estaciones La comadre 100.3 FM, El Patrón 94.5 FM, La Lupe 98.5 FM, 89.5 FM, donde transmiten música y noticias y la radio indigenista XEZON 1360 AM, la cual difunde temas culturales, tradiciones, música, radionovelas, sección de avisos, programas educativos, entre otros de la Sierra de Zongolica. Por la ubicación geográfica de la localidad también sintonizan estaciones como Ori stereo 99.3 FM, que se ubica en Orizaba.

Sólo una persona dijo escuchar radio comunitaria XEZON donde gusta de escuchar noticias en el programa “Tlacotoche” y, en general, los programas que ahí se transmiten ya que es contenido cercano a su realidad y porque se habla en náhuatl y español, además de otros temas como la medicina tradicional y la partería.



Figura xxx. Consumo de radio en localidad participante

Los horarios de consumo de radio en estos hogares son por la mañana y por la tarde, a excepción del hogar que no contaban con televisión ni acceso a internet y por lo tanto se escucha la radio a lo largo del día.

#### Hogares con adolescentes

En El Fresno estos hogares escuchan la radio y las frecuencias que se captan de Acapulco, sintonizan La Comadre 101.5 para noticias, y música, La Bestia Grupera 93.5, La Ke Buena 93.7 para escuchar música romántica y noticias y La Mejor 100.1. Con menor incidencia fueron nombradas las estaciones Fiesta Mexicana Radio 93.7 FM y La Más Picuda 96.9 FM para escuchar la música y el horario. En uno de los hogares una madre de familia y su hija de 15 años prefieren la música romántica y un chico de 16 años mencionó que escucha rap y rock and roll. En el hogar donde no tienen televisión sintonizar alguna estación para acompañar sus actividades, mientras comen o hacen algún quehacer doméstico como cortar leña o cocinar.

*"(Que la radio le sirve) para saber la hora en que salimos a trabajar al campo, para saber a qué hora vamos a entrar a trabajar, porque está lejos, para saber a qué hora vamos a llegar"*

*(Hogar con adolescentes, El Fresno, Nivel de marginación Muy Alto)*

En Casimiro Leco sólo en un hogar se escucha la radio, sintonizan La Tapatía 103.5 FM cuando viajan en su vehículo para trasladarse a otra localidad.

En Linda Vista escuchan La Voz de los cuatro pueblos, el programa "Topil mensajero" como uno de los programas favoritos. Sintonizan programación musical y complacencias, el programa "Los Chavorrucos" en el 99.1 FM, a "La comaye" (una conductora de radio); y temas sobre embarazo no deseado en Radio Educación 1060 AM. En uno de los hogares tiene un pequeño negocio y ponen radio durante el tiempo que está abierta la tienda.

En San José Independencia escuchan La comadre 100.3 FM, Ori stereo 99.3 FM, FM 97.5, Música, Noticias y, una mención por la preferencia para escuchar La iglesia universal.

*"Me gusta escuchar un programa de radio que es de religión, se llama la Iglesia Universal, cuando estoy solita yo soy quien escucha radio todo el día"*

*(Hogar rural con adolescentes, San José Independencia, Nivel de marginación Muy Alto)*

Los horarios para escuchar la radio en estos hogares es en la tarde, seguido de la mañana.

**Hogares en localidades con un grado de marginación muy bajo.**

La escucha de la radio en estos hogares es una actividad ocasional, aunque, en algunos hogares mencionaron la importancia de programas que les gustan e hicieron referencia a los contenidos (sin conocer del todo

la estación donde se transmite). Hay que mencionar que en Higinio Tanguma no se capta ninguna señal de radio.

En el estudio se observa que los aparatos de radio puede estar en el patio, la cocina, la recámara, dependiendo de donde se estén llevando a cabo las labores domésticas o de trabajo por parte de los integrantes del hogar. Por lo que es un medio que se emplea como acompañamiento. También, que las personas adultas han tenido cercanía con la escucha de la radio desde pequeños, lo cual puede influir en la práctica de consumir programas radiofónicos; y que las personas con escolaridad básica son quien sintonizan programas radiofónicos.

La radio suele escucharse de manera indirecta cuando se usa el transporte público durante los trayectos hacia la escuela, el trabajo, o cualquier otro destino; además, es el medio que también suele escucharse en los lugares de trabajo. En La Victoria, por ejemplo, el radio suele escucharse de manera grupal en los lugares de trabajo como talleres de carpintería, herrería y mecánicos, en las jornadas de recolección o en las bodegas de tunas.

#### *Hogares con niñas y niños.*

En esta sección se exponen datos de las dos localidades en donde se escucha la radio, San Francisco Temetzontla y La Victoria. De los hogares que escuchan radio en San Francisco Temetzontla sólo lo realizan las personas adultas, captan estaciones y programas que se transmiten por FM como: Ponte de buenas 96.1, FM, Stereo Max 98.1 FM, Universal Stereo 88.1 FM, La Z 107.3 FM. Los niños no escuchan la radio a menos de que sus padres o madres quienes la escuchan en su presencia. Las mujeres sintonizan más a menudo la radio tanto en el hogar como en el trabajo. Una mujer comentó que tiene una florería donde desayuna, come y prácticamente pasa todo el día, y escucha la radio junto a su hijo de 10 años cuando sale de la escuela. La entrevistada dijo escuchar Stereo Max 98.1 FM porque tiene contenido versátil, música a la que se refirió como amena. Debido a que trabaja de forma independiente en su propio negocio, puede elegir libremente las estaciones y programas de su preferencia.

*"Yo escucho la radio en el trabajo (...) escucho Estéreo Max, todo el día en el trabajo, cuando estoy sola lo hago sola, ya cuando él sale de la escuela la escuchamos juntos mientras estoy en mi negocio"*

*(Hogar con niñas y niños, San Francisco Temetzontla, Nivel de marginación Muy Bajo)*

En La Victoria sintonizan estaciones como Súper G 94.7 FM, Stereo Zer 96.5 FM y La Lupe 105.3 FM, los contenidos consumidos son los noticieros locales y estatales, así como los programas "Sin Pelos en la Lengua", "Los Huevos Revueltos", "Solo Vicente" y "Las Mejores viejas", además de la programación musical que incluye géneros como el grupero, la banda, el regional mexicano, corridos, baladas, la cumbia, el pop, la música en inglés y música cristiana. Entre los exponentes musicales mencionados están Los Caminantes, Los Bukis, Marco Antonio Solís, Liberación, Los Rehenes, Conjunto Primavera, Intocable, Los Temerarios y Grupo Brindis.

Los niños y las niñas no tienen todavía una preferencia por programación de radio alguna, pero suelen ponerle atención cuando sus padres o madres la escuchan.

*"A mí me gusta escuchar el radio cuando mis papás lo prenden porque me aprendo las letras de las canciones"*

*(Hogar con niñas y niños, La Victoria, Nivel de marginación Muy Bajo)*

Los horarios de consumo de la radio es por las mañanas y las tardes principalmente, en un promedio de dos a tres horas al día, a excepción de las personas que trabajan y que pueden pasar más tiempo escuchando la programación.

*Hogares sin niñas, niños ni adolescentes*

En estos hogares se escucha la radio con más frecuencia y preferencia. En Imí sólo existe la frecuencia FM, consumen programas de La Ke Buena 102.7 FM, Radio Fórmula 97.3 FM, Radio Universitaria 90.9 FM con el programa

cubano “La tremenda corte (con tres patines)” que se retransmite en Campeche.

*“Lo escucho cuando lo pone mi esposo, a él le encanta su radio y tres patines... creo que es Universidad... lo escuchó cuando él lo escucha”*

*(Hogar sin niñas, niños ni adolescentes, Imí, Nivel de marginación Muy Bajo)*

En Imí, la radio la sintonizan personas con educación básica, esto puede deberse a que la mayoría de los entrevistados son personas mayores. El primer contacto que tuvieron con los medios fue la radio y por costumbre siguen manteniéndose informadas por este medio. Este es el tipo de familias que más escuchan radio, en especial secciones de noticias para enterarse de lo que pasa a su alrededor. Las radios que se encontraron en los hogares son portátiles por lo que puede ser llevado al cuarto o lugar que prefieran.

En la localidad de San Francisco Temetzontla escuchan La Ke Buena 92.9 FM con los programas de “Los tóxicos y los adoloridos”, 104.1 FM, Stereo Max 98.1 FM, Universal Stereo 88.1 FM, Ponte de buenas 96.1 FM, La Z 107.3 FM y el programa “Simplemente Adriana” 105.9 FM, que aborda diversos temas. Dicho programa lo refirió una mujer con escolaridad nivel superior que trabaja como enfermera, Alfa 91.3 FM con Toño Esquinca y la Muchedumbre, 90.7 FM. En los hogares se pudo encontrar que generalmente prenden la radio para escuchar contenidos informativos. La radio se escucha de manera indirecta en las empresas y oficios en los que trabajan sus integrantes y frecuentemente no pueden decidir la programación, por lo regular la radio está encendida durante toda la jornada.

En La Victoria escuchan Stereo Zer 96.5 FM y La Lupe 105.3 FM y los programas “Solo Vicente”, “Las mejores viejas”, “Huevos revueltos” y noticieros; escuchan música norteña, grupera, balada, corridos y cumbias. Los cantantes favoritos son: Los caminantes, Los Bukis, Marco Antonio Solís, Liberación, Los rehenes, Vicente Fernández, Conjunto primavera, Intocable, Temerarios y Brindis. Las personas mayores son quienes escuchan la radio y

aluden a sus recuerdos de juventud, además, hacen comparaciones entre la música y las letras que escuchaban antes y lo que escuchan ahora.

En estos hogares el principal horario para escuchar la radio es durante las mañanas.

Hogares con adolescentes.

En Imí estos hogares escuchan programas de las estaciones La Ke Buena frecuencia 102.7 FM, Radio Universitaria 90.9 FM y Radio Fórmula 97.3 FM, sólo un adolescente mencionó que escucha la estación Radio Universitaria, en especial el programa "La tremenda corte (con Tres patines)". Por su parte, los niños y adolescentes que se quedan en casa suelen escuchar el radio cuando alguno de sus padres la sintoniza.

En San Francisco Temetzontla escuchan 98.1 FM, Mach- 99.5 FM, 90.7 FM y el programa "Simplemente Adriana" 105.9 Los adolescentes de entre 13 y 17 años prefieren Stereo Max 98.1 FM, Mach- 99.5 FM, 90.7 FM y Alfa 91.3 FM con Toño Esquinca y la Muchedumbre, que en su programa toca temas diversos. Algunas estaciones son preferidas por la variedad de sus contenidos.

*"La que más escuchamos es la "Alfa 91.3- Toño Esquinca y la Muchedumbre" es el programa que pasa en la mañana, es un programa de 5:00 de la mañana hasta 1:00 de la tarde, su contenido es muy variado, desde música, notas informativas, reflexiones, de todo tipo"*

*(Hogar con adolescentes, San Francisco Temetzontla, Nivel de marginación Muy Bajo)*

Las adolescentes entrevistadas que gustan de escuchar radio, quienes son hermanas, mencionan que escuchan la radio en la mañana antes de que comiencen sus clases a mediodía. En estos hogares se diversificaron los horarios y las actividades ya que pueden hacer labores escolares y domésticas a lo largo del día mientras escuchan sus programas favoritos.

*"Escuchamos en los tres horarios la radio, es que todo el día hay contenido variado. Yo por ejemplo como estoy en la*

*escuela en la tarde, cuando me paro me gusta escuchar esa estación, porque me da tiempo, entro hasta las 12, entonces me da tiempo escucharla (...) yo realizo tarea mientras la escucho”*

*(Hogar con adolescentes, San Francisco Temetzontla, Nivel de marginación Muy Bajo)*

La mayoría de las personas entrevistadas reconocen escuchar la radio de manera indirecta, en específico en el transporte público, como lo mencionó una adolescente de 16 años que mencionó escuchar la radio en el transporte público y señaló que no todas las combis sintonizan las mismas estaciones, y que en algunos casos los choferes reproducen música de su preferencia, como cumbia, banda, o reguetón.

En La Victoria ninguno de los hogares entrevistados con adolescentes sintoniza estaciones de radio, pero las adolescentes y adultos jóvenes mencionan que escuchan música en plataformas como Youtube o Spotify para realizar el quehacer doméstico como lavar trastes, limpiar la casa o lavar la ropa. A excepción de las hermanas de Temetzontla y del adolescente en Imí, ninguno de los adolescentes entrevistados mencionó escuchar radio por gusto personal ni recordar alguna estación o programa.



INSTITUTO FEDERAL DE  
TELECOMUNICACIONES

# RECEPCIÓN Y APROPIACIÓN DE CONTENIDOS AUDIOVISUALES



# RECEPCIÓN Y APROPIACIÓN DE CONTENIDOS AUDIOVISUALES

A continuación, se exponen los aspectos que señalan y se observa en los hogares en referencia a aquellos contenidos que les son relevantes, con los que se identifican, que les permiten hacer relaciones comparativas desde sus localidades y que les hace ir conformando sus posiciones sociales entre la comunidad, entre poblaciones circunvecinas, y hacia las ciudades por las que transitan, visitan o habitan por periodos.

También se exponen los señalamientos hacia contenidos y mensajes que refieren a contextos diversos y que no necesariamente son temas dedicados a la población rural, pero, en las poblaciones rurales reciben estos contenidos y los interpretan según sus contextos socioculturales.

## **Adecuación del contenido al ámbito local.**

Una primera división para exponer los resultados del estudio es separar según el grado de marginación de las localidades, en este sentido hay dos secciones, en la primera se trata de las localidades con un grado muy alto de marginación: Casimiro Leco (Michoacán), El Fresno (Guerrero), Linda Vista (Nayarit), y San José Independencia (Veracruz). En la segunda sección son las localidades con un grado muy bajo de marginación: Imí (Campeche), La Victoria (Zacatecas), Higinio Tanguma (Tamaulipas), San Francisco Temetzontla (Tlaxcala).

En cada sección se exponen los resultados agrupados por los tres tipos de hogares rurales con los que se trabajó, estos son hogares con niños y niñas, hogares con adolescentes, hogares sin menores de 18 años. La intención es identificar similitudes entre los tres tipos de hogares y diferencias entre éstos a partir de los grados de marginación.

**Hogares en localidades con un grado de marginación muy alto.**

### *Hogares con niñas y niños.*

Entre este tipo de hogares se mostró interés por estar informados de lo que va sucediendo en su localidad, región y otras partes del país y del mundo, ya sean temas generales, emergentes o bien de temas específicos, por ejemplo, el interés permanente sobre información relacionada con la evolución del COVID-19.

De los contenidos consumidos se puede observar que en este tipo de hogares hay interés por información relacionada con las condiciones materiales y de servicios disponibles en sus localidades, ya sea por mensajes que hablen directamente de sus localidades o de mensajes que hablen de programas de gobierno y de las condiciones de la infraestructura en otras localidades que consideran similares. Este interés corresponde con la necesidad de contar con servicios públicos para las familias.

*"Sí. La otra vez también veía en los programas de noticias que estaba diciendo que estaban haciendo algo así como encuestas a doctores, enfermeros, para que los trasladarán a comunidades. Y pues aquí no tenemos, que ya muchas veces, pues, pedimos a los gobernadores (...) a las personas presidentes de que queríamos un centro de salud y hasta ahorita no nos ha llegado"*

*(Hogar con niñas y niños, El Fresno, Nivel de marginación Muy Alto)*

Relacionado con el acceso a servicios públicos, también se puede notar un interés por la imagen de las localidades, ya que se fijan en documentales de las zonas turísticas y en los mensajes de saneamiento para prevenir la basura en las calles y la contaminación de las corrientes de agua del entorno. En este sentido, se puede notar que este tipo de familias se apropian de los contenidos a partir de las condiciones y de los servicios presentes en las localidades.

### *Hogares con adolescentes*

Entre este tipo de hogares mostró interés por mantenerse informados de los acontecimientos en su localidad, región y otras partes del país y del mundo, ya sean temas generales o temas específicos, por ejemplo, el interés permanente en torno al tema de la salud. También mencionaron la creación o la participación en grupos de WhatsApp para circular información.

Otros contenidos audiovisuales relevantes en este tipo de hogar son los que refieren a programas de gobierno dirigidos hacia la producción agropecuaria, los de salud y los relacionados con el empleo. También, por el entorno y actividades directas e indirectas, son de interés los contenidos que complementen la producción agropecuaria:

*"Documentales sobre como sembrar hortalizas, abonos orgánicos, todo lo referente a la siembra"*

*(Hogar con adolescentes, San José Independencia, Nivel de marginación Muy Alto)*

Un tercer punto es que este tipo de hogares acceden a los medios de comunicación porque les ofrece una opción de entretenimiento que complementa o se incorpora como otra actividad cotidiana. Resalta que esta agrupación de hogares mencionaron contenido como caricaturas, películas, programas de fiestas, programación de algún sistema de radio y televisión estatal; en su mayoría hicieron referencia a la televisión.

*Hogares sin niñas, niños ni adolescentes.*

En los hogares sin menores de edad indicaron interés por noticias en general, mantenerse informados, caben temas políticos y, en especial, los mensajes de programas gubernamentales tanto sociales como de mejoramiento de los servicios públicos.

Otros contenidos que se llevan al ámbito local son los relacionados con la producción agropecuaria tanto general como elementos específicos, por ejemplo, el mejoramiento de siembras o la creación de huertos tradicionales.

**Hogares en localidades con un grado de marginación muy bajo.**

### *Hogares con niñas y niños.*

Este tipo de hogares indicaron interés por los contenidos que implican a la comunidad, por un lado, lo relacionado a la convivencia, como lo son temas de seguridad y denuncias, y, por otra parte, información relacionada con programas de gobierno dirigidos a la población.

Relacionado con las oportunidades disponibles en la localidad, en los hogares señalaron interés por los contenidos y mensajes que brindan información educativa y formativa a las y los menores de edad para que puedan vislumbrar opciones fuera del poblado, primero educativas y posteriormente laborales:

*"Que haya algo para los adolescentes, que les hablan más de las carreras y ellos elijan algo en lo que se puedan enfocar"*

*(Hogar con niñas y niños, San Francisco Temetzontla, Nivel de marginación Muy Bajo)*

Se puede observar que en este tipo de hogares hay mayor interés por complementar el arraigo y el sentido de pertenencia hacia sus localidades y regiones, esto a partir del consumo de contenidos que refieren a sucesos y acontecimientos históricos de sus lugares de origen, así como a relatos y leyendas:

*"Programas que pasaran cómo eran las cosas anteriormente"*

*(Hogar con niñas y niños, La Victoria, Nivel de marginación Muy Bajo)*

Por otro lado, se hace notar la preocupación por un entretenimiento que aporte información y que no sea reduzca a llenar horas vacías, dado que el consumo de medios de comunicación se ha incorporado a las actividades cotidianas que dicha actividad se pueda aprovechar por medio del tipo de contenidos.

### *Hogares con adolescentes*

En este tipo de hogares indicaron interés por lo que sucede en su localidad y de enterarse de las actividades hacia la comunidad.

También, hicieron notar sus preocupaciones por las opciones para la juventud, tanto las actuales y que observan en las localidades como las posibilidades educativas y de formación en o fuera de las localidades:

*"Me gustaría ver programas que adviertan de las adicciones"*

*(Hogar con adolescentes, Higinio Tanguma, Nivel de marginación Muy Bajo)*

Un tercer punto que se puede observar en este tipo de hogares es lo relacionado con el entretenimiento, indicando que el consumo de medios de comunicación está incorporado en las actividades cotidianas, por lo tanto, puede reflejar intereses de las y los jóvenes hacia diversas actividades, por ejemplo, las deportivas.

### *Hogares sin niñas, niños ni adolescentes.*

En este tipo de hogar se mencionó tener interés en las noticias, pero, no fue tan recurrente como en los demás hogares del estudio.

A partir de las actividades productivas de los entornos locales se hace notar que en este tipo de hogares se interesan en los contenidos que complementen las prácticas relacionadas con lo agropecuario:

*"Agricultura, sobre cómo poner viveros y el cuidado de animales domésticos"*

*(Hogar sin niñas, niños ni adolescentes, Higinio Tanguma, Nivel de marginación Muy Bajo)*

Por otro lado, se puede observar que a partir de sus intereses exponen partes de las realidades que se viven cotidianamente, por ejemplo, de las labores del hogar, de la interacción con vecinos del poblado, o de las situaciones

familiares ante la necesidad de la migración laboral por parte de integrantes de los núcleos familiares.

## Modificación de comportamientos.

La apropiación es un proceso continuo en donde las personas van formando y cambiando constantemente sus criterios para seleccionar y descartar elementos de los mensajes y contenidos de los medios de comunicación. En este proceso, tal como se ha indicado en el apartado del marco teórico de este estudio, las personas (la audiencia) resaltan contenidos que les son relevantes en aspectos individuales y colectivos a partir de sus antecedentes culturales y sociohistóricos. En esta sección se exponen los señalamientos que se realizaron en los hogares hacia el cambio de comportamientos.

Se repite la división entre localidades con grado muy alto y muy bajo de marginación, esto permitirá identificar las similitudes entre agrupaciones por edad (adultos, adolescentes y, niños y niñas), así como las diferencias entre estas agrupaciones a partir de los dos grados de marginación.

### Hogares en localidades con un grado de marginación muy alto.

#### *Hogares sin niñas, niños ni adolescentes*

De la agrupación por integrantes adultos de los hogares se pueden identificar cuatro conjuntos de situaciones en las que se señalan cambios en el comportamiento. El primero se relaciona con las responsabilidades y roles familiares que tienen las personas adultas, así como en las dinámicas y vida familiar.

*"Me sirve mucho algunos programas que veo dónde, cómo educar a los hijos, como como llamarles la atención también para que decirles que tomen las cosas bien de no gritarles de no maltratarlos"*

*(Hogar sin niñas, niños ni adolescentes, El Fresno, Nivel de marginación Muy Alto)*

El segundo tiene relación con la adquisición y apertura a otros conocimientos y aprendizajes.

*"Hemos aprendido a cuidarse, tanto de la inseguridad como de salud"*

*(Hogar sin niñas, niños ni adolescentes, San José Independencia, Nivel de marginación Muy Alto)*

El tercer conjunto implica posibilidades de otras perspectivas en torno a los contextos de sus vidas y de las comunidades. Mientras el cuarto se refiere a la relación con la vinculación hacia el entorno en el que se vive, esto a partir de la toma de conciencia del cuidado del medio ambiente y en el que se espera impactar.

*"Algunas ideas sobre el cuidado del medio ambiente"*

*(Hogar sin niñas, niños ni adolescentes, Linda Vista, Nivel de marginación Muy Alto)*

*Hogares con adolescentes.*

En las respuestas de adolescentes se puede observar que los mensajes y contenidos audiovisuales han tenido impacto en la concepción de lo que son o pueden ser comportamientos apropiados y de las relaciones interpersonales.

*"Más que nada a valorar las cosas. Tomar mucho en cuenta a las personas, pues debemos de aprender más de la vida"*

*(Hogar con adolescentes, El Fresno, Nivel de marginación Muy Alto)*

*Hogares con niñas y niños*

La influencia que señalan los y las integrantes de los hogares rurales (de localidades con un grado muy alto de marginación) se dirige hacia las actitudes de recepción de conocimientos y aprendizajes, por un lado, porque están en el proceso de adquisición de nuevos conocimientos y, por

otra parte, porque asumen que es parte de las actividades (vinculadas a la educación formal) que deben realizar y que identifican en algunos contenidos de los medios de comunicación.

*"Sí he cambiado, no tanto pero sí, antes no ponía atención en la escuela, pero, hoy trato de ser mejor"*

*(Hogar con niñas y niños, El Fresno, Nivel de marginación Muy Alto)*

Hogares en localidades con un grado de marginación muy bajo.

*Hogares sin niñas, niños ni adolescentes*

En la agrupación por adultos, hay cuatro conjuntos de situaciones que se identifican en los mensajes y contenidos audiovisuales. Los dos primeros se vinculan con las relaciones hacia la comunidad y hacia el entorno, así, los comportamientos se han visto modificados para facilitar y mejorar las interrelaciones en las comunidades, así como ampliar la información y perspectivas de lo que afecta al entorno en donde se vive.

*"Lo que veo de psicología me ayuda a no meterme con el vecino por ejemplo"*

*(Hogar sin niñas, niños ni adolescentes, San Francisco Temetzontla, Nivel de marginación Muy Bajo)*

Un tercer conjunto de situaciones identificadas en los contenidos audiovisuales se relacionan con los cuidados y preocupaciones de la salud, así, se mencionan cambios de hábitos alimenticios, reconocimiento de adicciones, y de lo relacionado con la pandemia por COVID-19.

*"Apreciamos más las cosas, cambiamos nuestra forma de comer por cosas más naturales"*

*(Hogar sin niñas, niños ni adolescentes, Higinio Tanguma, Nivel de marginación Muy Bajo)*

Un cuarto conjunto se refiere a mensajes de los medios de comunicación que han ayudado a una persona a conocer hábitos de reflexión para dirigir su comportamiento hacia las otras personas. Cabe mencionar que en la localidad donde habita la persona que mencionó esta referencia hay una gran comunidad de feligreses de la región evangélica cristiana.

*"La radio lo ayudo para que sea una persona tranquila"*

*(Hogar sin niñas, niños ni adolescentes, Imí, Nivel de marginación Muy Bajo)*

*Hogares con adolescentes.*

En la agrupación de adolescentes se identificaron mensajes y contenidos audiovisuales que refieren a autocuidados, los cambios refieren a informar hábitos alimenticios y de salud física y mental, así como de cuidar del entorno en el que se habita.

*"Antes tenía un autoestima bajo, ahora ha subido"*

*(Hogar con adolescentes, San Francisco Temetzontla, Nivel de marginación Muy Bajo)*

*Hogares con niñas y niños*

El integrante de un hogar rural que hizo referencia a la influencia de los medios de comunicación en los comportamientos, indica un cambio de preferencias en la programación y un cambio de sensación hacia un peligro.

*"Ha cambiado por una serie que me interesa a mi, tiene mucha acción, ahora ya no le tengo miedo al mar"*

*(Hogar con niñas y niños, San Francisco Temetzontla, Nivel de marginación Muy Bajo)*

## Audiencias infantiles.

Entre las respuestas de niños y niñas indicaron que los contenido que consumen les enseñan los números, a contar, hacer amigos, así como cosas más específicas, hacer vestidos de muñecas, conocer más sobre los caballos, trucos y habilidades relacionados con videojuegos, chistes, recomendaciones para cuidar el medio ambiente (y el planeta), y respetar a la gente.



Figura xxx. Visionado de contenidos de televisión

Por su parte, los padres señalaron como contenido para el público infantil: caricaturas sin distinción del tipo de dibujos animados y telenovelas infantiles, en donde les dan mensajes que los motivan a seguir estudiando y a comportarse adecuadamente.

Las madres consideraron los contenidos para público infantil los siguientes: las caricaturas, pero a diferencia de los padres sí indicaron que las más adecuadas son las que no exponen violencia ni que sean ofensivas, por otro lado, programas educativos, documentales, deportes, música infantil y algunos programas de comedia.

Entre los hogares con niñas y niños y un nivel de marginación muy alto se consumen contenidos como Ladybug, Bob esponja, La hora pico, telenovelas, La CQ, películas sin distinción, Hora de aventura, La rosa de Guadalupe, entre otros. Por el lado de la radio se hizo mención de La

Combate y Chato y Cheto; mientras que por Internet se hizo alusión a Masha y el oso, Morphle; Distrito Comedia, Los Simpson, Ladybug.

Mientras que en los hogares con un nivel de marginación muy bajo se mencionaron contenidos como Discovery Channel, Distrito comedia, Telenovelas, Ladybug, La pantera rosa, Blaze y Fuego en la sangre. También se hizo alusión a contenidos transmitidos por internet como los Polinesios; Bleyblade, memes, recetas, Muñecas LOL, Ideas en cinco minutos, Pongámoslo a prueba, videos de corridas de toros, videojuegos, manualidades y experimentos. En este tipo de hogares no se mencionaron contenidos radiofónicos.

Por otra parte, las audiencias infantiles consumen programación y contenidos de los medios de comunicación que se consumen en sus familias. De esta programación, que no es considerada infantil, los padres y las madres consideran lo siguiente.

Los padres indicaron que está bien que sus hijos e hijas vean y escuchen los contenidos que se transmiten en los medios de comunicación sin necesidad de restringir su consumo, aunque sus opiniones señalan elementos.

*"Pues muchas sí y muchas no. Porque, pues, por ejemplo, hay novelas que no son aptas también para que las presencien los niños"*

*(Hogar con niñas y niños, El Fresno, Nivel de marginación muy Alto)*

También, los padres han señalado los contenidos y mensajes que les desagrada que consuman sus hijos e hijas: drogas, violencia, programas de terror, películas de balazos y violencia, españoles que juegan videojuegos y dicen muchas groserías.

Las madres mencionan que no les agrada que sus hijos e hijas consuman programas que no correspondan a sus edades, pero a veces es difícil tener un parámetro de lo que les corresponde o no.

*"Sí y no, en algunas caricaturas hay mucha agresividad y son las que les gustan más, y las que no son agresivas ya no las ven"*

*(Hogar con niñas y niños, La Victoria, Nivel de marginación Muy Bajo)*

Entre los contenidos y mensajes que señalaron de manera específica que les desagradan que consuman sus hijos e hijas son: programas para niños pero que son agresivos; telenovelas de narcotráfico porque el contenido es violento o sexual, comedias que dicen groserías y referentes a la sexualidad, películas de matar y narcotraficantes; telenovelas, contenido para adultos.

## **Contenidos específicos.**

Entre las respuestas de niños y niñas indicaron que los contenidos que consumen les enseñan los números, a contar, hacer amigos, así como cosas más específicas, hacer vestidos de muñecas, conocer más sobre los caballos, trucos y habilidades relacionados con videojuegos, chistes, recomendaciones para cuidar el medio ambiente (y el planeta), y respetar a la gente.

### **Aprende en casa.**

Durante el Estudio se identificaron menciones al contenido Aprende en Casa, el cual fue una estrategia de aprendizaje a distancia y que fue aplicado a partir de la contingencia sanitaria por la pandemia de COVID-19 en abril del 2020.

Entre los principales puntos positivos, se mencionó la importancia de continuar con las clases a pesar de las medidas de distanciamiento social, así como los contenidos que explicaban y ponían ejemplos de las materias correspondientes. Sin embargo, se mencionaron más puntos negativos como el tiempo de exposición y la dificultad para mantener la atención entre niños y niñas de menores edades, también que implicaba organización de los horarios de las transmisiones por parte de los padres y

madres, y, además, se considera que no se pueden asimilar los aprendizajes en la modalidad presencial y a distancia.



Figura xxx. Tableta electrónica

También se hizo mención de que este contenido permitía reforzar aprendizajes de niños, niñas, y de adultos. Se consideró que los contenidos eran adecuados porque ponían ejercicios escolares, pasaban las clases y al final unos resúmenes, y se consideró que fueron diseñados para que se entendieran los contenidos. También, se consideró una buena estrategia porque los contenidos eran explicados de mejores formas por educadores en comparación a que esa responsabilidad quedara en los padres y madres.

### Contenidos climatológicos

Con respecto a este tipo de contenidos, se hizo mención de que estos les permiten saber si hay presencia de algún huracán y si lo hay entonces les interesa la información relacionada a emergencias, deslaves, avisos de Protección Civil, así como para no acudir a lugares de riesgo. Además de lo anterior, indicaron que les permiten prevenir y prepararse ante las

condiciones del clima diario (nublado, lluvioso, soleado, etc.) y en especial cuando hay presencia de huracanes.

También resaltaron las menciones de la influencia de estos contenidos en las actividades laborales mencionando que la información les es útil a las personas que están esperando tiempos de lluvias ya que se dedican a la agricultura.

## Creación de contenidos.

La creación de contenido se circunscribe a situaciones cotidianas y familiares, generalmente para hacer un recuerdo y para compartir con círculos cercanos de familiares y amistades, también de eventos que han acontecido en la localidad como las relacionadas con las actividades escolares o de las celebraciones comunitarias, lo cual también se suele compartir con familiares y amistades, algunas de las cuales no pueden estar presentes durante los eventos porque han migrado por motivos de estudios o trabajos. En la mayoría de los casos ha habido un acto reflejo de sacar el celular y tomar fotos o hacer una grabación de video y de manera posterior se considera si se comparte y con quienes.

Para la diferenciación por el grado de marginación, no se identificó alguna tendencia por lo que se considera que en la creación de contenido no hay algo que se pueda remarcar. Entre las localidades con un grado muy alto de marginación se mencionó realizar grabaciones de fiestas del poblado, por ejemplo, mayordomías, carnavales, bailables escolares, fuegos pirotécnicos; así como de actividades familiares como cumpleaños o fiestas específicas como las de quince años.

Entre las localidades con un grado muy bajo de marginación se mencionaron registros de fiestas de los poblados como las fiestas patronales y las actividades escolares.

*"Sí, todos tenemos celular y todos tomamos fotografías, por ejemplo, de alguna clausura"*

*(Hogar con niñas y niños, San Francisco Temetzontla, Nivel de marginación Muy Bajo)*

Además de otras actividades familiares cotidianas como juegos con los abuelos o convivencia con las hijas mientras juegan o se maquillan, y de celebraciones como cumpleaños o aniversarios.

Los registros se realizan para generar recuerdos de los momentos y de las actividades, se guardan para uso y disfrute personal o familiar. En este punto se agregan dos motivos para hacer esos recuerdos, uno es para mostrarlos a familiares que no estuvieron en esos momentos (haciendo referencia a la proximidad pero que no han podido asistir), y también para compartirlo con familiares que están en Estados Unidos o en otras partes.

*"para familias que viven fuera del pueblo"*

*(Hogar con adolescentes, El Fresno, Nivel de marginación Muy Bajo)*

Por otro lado, en el caso de los hijos e hijas se agregan otros motivos, se realizan por diversión, para compartir juegos (videojuegos), y también muestran énfasis en compartir sus registros con amistades.

Entre los principales medios para compartir contenidos se encuentran Facebook, Instagram, WhatsApp, YouTube y Telegram. Al compartirlos están pensando en sus familiares, amistades, y a la comunidad del poblado que pueda acceder a redes sociales. (no hay distinción por grados de marginación, ni de tipo de hogar, esto es, una práctica generalizada).

*"Un youtuber, grabó los hongos, la flora y la fauna de la comunidad. Fue como un documental, igual de como hacen el pulque"*

*(Hogar con adolescentes, San Francisco Temetzontla, Nivel de marginación Muy Bajo)*



INSTITUTO FEDERAL DE  
TELECOMUNICACIONES

# BARRERAS Y ESTRATEGIAS DE ACCESO A MEDIOS Y SUS CONTENIDOS



UNIDAD DE MEDIOS Y CONTENIDOS AUDIOVISUALES

# BARRERAS Y ESTRATEGIAS DE ACCESO A MEDIOS Y SUS CONTENIDOS

**Barreras en poblaciones con un grado de marginación muy alto.**

Los factores en los hogares de muy alta marginación que se identifican como barreras o limitantes problemáticas para acceder tanto a infraestructura como a medios de comunicación se resumen en: infraestructura deficiente, condiciones económicas de los hogares, factores climatológicos, geográficos y lejanía de los poblados. Estos a su vez pueden estar situados sobre dos espacios que son, la comunidad y el hogar.

En referencia a los poblados, las 4 plazas con un grado muy alto de marginación, Linda Vista, El Fresno, San José Independencia y Casimiro Leco, resaltan como un factor determinante que limita el acceso a medios y dispositivos de comunicación a la infraestructura comunitaria, sobre la cual existe un equipamiento local con deficiencias en cuanto a la señal de televisión de tele abierta o inexistencia de éste servicio, con antenas que aun siendo nuevas permanentemente presentan fallas de operación, por lo tanto, tienen señal débil para la conectividad de internet y/o señal televisiva, la falta de señal telefónica, una mala infraestructura eléctrica y la falta de mantenimiento en ella, y por último la falta de internet gratuito.

En cuanto a las fallas en la energía eléctrica en Linda Vista, Nayarit se registra la tardanza de las dependencias respectivas para llegar a la localidad y solventar las reparaciones respectivas. Por su parte en El Fresno, Guerrero se acota que la mala infraestructura en este rubro dificulta el acceso para mantener la calidad en las señales de telefonía celular, internet y televisión abierta.



El segundo factor a nivel local identificado como limitante es el clima que se vincula a las condiciones geográficas donde se ubican las localidades. Como sabemos, las 4 plazas con alta marginación se encuentran localizadas en zonas montañosas de la sierra madre oriental y occidental, lo cual determina por un lado que, en ciertas temporadas del año, sobre todo en época de lluvias, la infraestructura sufra severos daños por afectación en las telecomunicaciones, antenas, postes y cableado debido a vientos o tormentas intensas. En este sentido, en San José Independencia, Veracruz se señala que son Las barreras climatológicas las más representativas, pues al ser una localidad donde llueve mucho durante julio, agosto y septiembre, las tempestades generan que la población se quede sin energía eléctrica, sin señal televisiva y de internet, además de una serie de derrumbes entre las carreteras que la comunican con municipios vecinos.



**Figura xxx. Infraestructura tecnológica para consumo de medios**

El tercer factor identificado como limitante refiere a la lejanía pues se argumenta que los poblados se encuentran retirados de los centros y ciudades regionales con mayor dinamismo económico. En Casimiro Leco, por ejemplo, la cabecera municipal se encuentra a una hora en automóvil lo que genera poca presencia de empresas que coloquen a disposición los servicios televisivos y de internet, y si se añade el factor geográfico, se incrementan las posibilidades de retraso de equipamiento e infraestructura local que potencialice mejores y mayores beneficios en este rubro.

En la dinámica doméstica los hogares entrevistados en su mayoría refieren que el principal obstáculo para acceder a medios y dispositivos se encuentra ligado al factor económico. En todas las familias se observan dificultades económicas para adquirir dispositivos, financiar los servicios de televisión de paga o internet adquiriendo fichas cotidianamente de entre \$10, \$30, \$40 o \$50 pesos, comprar o componer aparatos de televisión. En El Fresno, además de que ni una sola familia cuenta con internet en casa, la mayoría de los hogares, reportan dificultades monetarias en la compra de fichas locales de internet, mientras que en solo dos hogares pueden acceder al servicio de televisión de paga.

*"No hay (dinero) para estar comprando una ficha diaria "*

*(Hogar sin niñas, niños ni adolescentes, El Fresno, Nivel de marginación Muy Alta)*

En San José Independencia se reporta que las familias sobreviven al día con el sustento cotidiano y, pagar la renta de internet o televisión de cable significa lujo que, en la mayor parte de casos, no pueden darse pues cuentan con trabajos poco seguros y con salarios que procuran cubrir necesidades básicas.

*"Tenemos que pagar varias fichas por usar el internet y no nos alcanza, no podemos pagarlo todos los días"*

*(Hogar con niñas y niños, San José Independencia, Nivel de marginación Muy Alto)*

En Casimiro Leco, debido a los altos costos que representa la conexión a internet, 5 hogares no cuentan con este servicio.

Son excepcionales los casos de hogares entrevistados en estas zonas que cuentan con un mejor nivel socioeconómico donde se puede localizar una mayor holgura para desembolsar recursos monetarios, sin afectaciones a la economía doméstica. En concreto se tiene un hogar en San José Independencia y se refiere a una familia con un perfil de ocupación comercial.

## Barreras en poblaciones con un grado de marginación muy bajo.

Por su parte, las localidades con un grado muy bajo de marginación son Imí (Campeche), San Francisco Temetzontla (Tlaxcala), La Victoria (Zacatecas) e Higinio Tanguma (Tamaulipas). En estas plazas los factores que impiden el acceso a medios, servicios y dispositivos de televisión, internet se refieren a la infraestructura, los medios económicos de los hogares, el factor del clima y en menor medida se menciona la lejanía de los poblados.

Aun cuando tales barreras son mencionadas, una clara distinción de las localidades ubicadas en regiones de baja marginación es que, en todas ellas, a través de las empresas locales que ofertan servicios, se encuentra garantizada la señal telefónica, de internet y de televisión de paga, cuestión no cubierta en su totalidad cuando se aborda el resto de las localidades de zonas marginadas. Además, en dos de ellas, Imí y San Francisco Temetzontla los pobladores pueden tener acceso gratuito a internet.



Figura xxx. Antena para el visionado de televisión abierta

La infraestructura local actual es vulnerada de manera preponderante por factores climáticos. Por ejemplo, en Imí, 6 hogares señalan que la falta de señal de tv e internet falla cuando llegan las lluvias pues en consecuencia también se afecta la red eléctrica. Aquí mismo, se argumenta que la lejanía

de Imí con respecto a Campeche a escasos 20 minutos de esta capital, es un obstáculo para que además de Telmex, se instalen nuevas empresas.

En San Francisco Temetzontla resaltan que es el factor geográfico determinante para que las empresas no puedan invertir en infraestructura local, pues el poblado se encuentra en la cima de un cerro. Sin embargo, al analizar con detenimiento los servicios en esta localidad se encuentra que existen dos empresas, Macro Tlax e Innovac, que brindan el servicio de internet en hogares, se cuenta con internet gratuito en dos espacios públicos, además existe señal de televisión abierta y la empresa VeTV ofrece el servicio de cable. Por lo tanto, el argumento de la ubicación geográfica no resulta determinante para señalar que en consecuencia la infraestructura local es deficiente. Ahora bien y siguiendo con el ejemplo, también se argumenta que las condiciones climatológicas son limitantes para el acceso a medios y servicios, sin embargo, esto es señalado por hogares que no han contratado ningún servicio de comunicación en casa, por lo que es importante acotar que los hogares donde se cuenta con servicio de televisión por cable e internet no resultan afectados por las condiciones climatológicas. En esta localidad la compañía Telmex comenzó hace un par de meses a instalar infraestructura para ofrecer servicios de comunicación.

En la Victoria, Zacatecas se señala con énfasis la inexistencia de internet gratuito y en 9 hogares se acota que el factor climático funciona como limitante para acceder a medios y servicios.

*"Seguido se nos va la señal de internet... cuando llueve muy fuerte se va la señal del cable"*

*(Hogar con niñas y niños, La Victoria, Nivel de marginación Muy Bajo)*

En este sentido en tres de las plazas, Imí, San Francisco Temetzontla y La Victoria se señala la condición del clima como limitante en el acceso a señal y medios.

En Higinio Tanguma, no existe el acceso gratuito a internet ni la señal de televisión abierta y la señal telefónica, aunque existente, se reporta como débil.

La condición económica de los hogares es el factor que de manera unánime fue señalado en las 4 localidades. En este sentido, en varios hogares de Higinio Tanguma, manifestaron que la cuestión económica es un impedimento para la contratación de servicios y ante la falta de recursos se ven suspendidos por el jefe de familia. Al momento de la entrevista un hogar con niños y niñas y otro sin éstos ni adolescentes manifestaron que tenían suspendido el servicio de televisión por cable debido a la falta de pago. Además, un hogar con adolescentes señaló no contar con televisión desde el último año y no ha podido ser reparada ni el ingreso alcanza para adquirir un nuevo aparato.

En San Francisco Temetzontla, la economía doméstica se vulnera, pero alcanzan con esfuerzos a cubrir más allá de las necesidades básicas, las demandas escolares de los hijos.

*"Yo contrato el servicio de internet para la educación de mis hijas, si contrato esto y el otro, para ellos va a estar super mejor, pero ahorita están en la escuela y lo principal es el estudio, que ellas vayan a estudiar (...) acá la verdad tenemos el servicio más económico, nosotras vamos al día, lo pagamos porque es necesario, pero al principio adaptarnos para alcanzar a pagarlo fue difícil, (...) no se gana mucho y hay más gastos en la casa"*

*(Hogar con adolescentes, San Francisco Temetzontla, Nivel de marginación Muy Bajo)*

Aun cuando puede pensarse que las plazas ubicadas en regiones de menor marginación cuentan con una mejor y más amplia garantía en cuanto al acceso a servicios, señales y dispositivos, lo relevante es que se identifican elementos como los económicos y climáticos que se comparten con las localidades con alta marginación.

La condición de lejanía o cercanía de los lugares respecto de centros regionales más dinámicos fue poco mencionada en estas localidades. Y aunque los testimonios sugieren que la infraestructura en servicios, instalación y conexión presenta algunas fallas, lo cierto es que las 4 localidades cuentan con infraestructura comunitaria o privada, instalada por empresas importantes a nivel nacional y regional, que se encuentran incrementando cada vez más el acceso a estos recursos comunicativos.

Lo cierto también es que aun cuando se trate de hogares con mayor solvencia monetaria, en las 4 localidades los hogares enfatizan que la condición económica es un factor que, si bien no los coloca en una posición de sobrevivencia, si vulnera y limita parte de los accesos a medios y servicios comunicativos. Aunque los diversos factores se imbrican resultando una conjugación de elementos que impiden el acceso, el elemento determinante dentro de la dinámica de los hogares es en definitiva el ingreso.

## **Estrategias implementadas en localidades con un grado de marginación muy alto.**

Frente a las limitantes en Linda Vista, El Fresno, San José Independencia y Casimiro Leco, los hogares ubicados en zonas de alta marginación, centran las alternativas de acceso a medios, servicios y dispositivos sobre cuatro estrategias: contratación de servicios de televisión de paga, adquisición de fichas de prepago, compra de dispositivos USB/DVD con contenidos precargados y acudir a lugares elevados en los que se capta la señal telefónica.

En Linda Vista la mayoría de los hogares que no contaban con señal de televisión abierta, contrataron los servicios de la empresa VeTV. Además, cuentan con radios de carga solar que garantiza la conexión, independiente del servicio de energía eléctrica, que falla de manera sistemática con las lluvias, tormentas o vientos. A su vez algunos hogares reportan que, en su área de trabajo, por ejemplo, en un negocio familiar, suelen usar las memorias USB y los DVD con contenido musical o películas. Para contar con acceso al internet adquieren fichas locales de prepago por

algunas horas y por último se trasladan a la montaña o a la clínica local, para acceder a la señal de internet gratuita.

Por su parte los hogares de El Fresno, con niños y niñas tuvieron la necesidad de contratar los servicios de televisión privada por \$260.00 mensuales, con la finalidad de garantizar la formación escolar de los hijos. Mientras que, en los hogares con adolescentes, y debido a que estos grupos son mayores consumidores de contenidos en redes sociales, aunado a las necesidades escolares, debieron adquirir nuevos celulares con la correspondiente compra de fichas de prepago.

*"Por qué bueno aquí dentro de la familia no teníamos celular. Aquí. O sea, no teníamos celular o no tenían estos niños y después de la pandemia que empezó, pues tuvimos que adquirir 2, sino más que uno no tiene la capacidad, pero hay dos"*

*(Hogar con niñas y niños, El Fresno, Nivel de marginación Muy Alto)*

Por su parte, en la búsqueda de conectividad, es común que, los pobladores acudan a la parte alta de la montaña en la que se garantiza la conexión a internet.

En los hogares de San José Independencia fue necesario contratar los servicios de televisión de paga, y algunos hogares adquirieron dispositivos de memoria USB que contienen música y películas. Asimismo, en hogares donde no cuentan con internet adquieren las fichas de prepago por \$10 o \$15 pesos que garantizan una conexión hasta por 24 horas. Además, durante el periodo de pandemia, algunos hogares se vieron en la necesidad de adquirir celulares a través de algún crédito o mediante compras por empeño.

En Casimiro Leco, al igual que en el resto de las localidades, la mayoría de los hogares se vieron en la necesidad de contratar los servicios de televisión de paga, un hogar contrató el internet fijo, otros cuentan con internet de datos, mientras que la mayoría de hogares no alcanzan a tener este acceso.

## Estrategias implementadas en localidades con un grado de marginación muy bajo.

En las localidades ubicadas en zonas de baja marginación, las alternativas para acceder a los servicios aparecen con menos relevancia pues en todas ellas se encuentran garantizado el acceso a los servicios de comunicación tanto comunitario como familiar.

No obstante, esta acotación, es importante señalar algunas alternativas implementadas por los entrevistados. Por ejemplo, en San Francisco Temetzontla (Tlaxcala) solo en casos excepcionales, si no se cuenta con estos servicios, suele acudir a un cibercafé instalado en el pueblo.

“Yo cuando quiero ver mis videos culturales o lo que a mí me gusta voy al ciber, ahorita que no tengo celular voy los sábados o domingos que no trabajo al ciber y ahí veo lo que me gusta (...) más, más los veo por Facebook o YouTube, pero antes que tenía celular pues metía mi recarga y ahí abría mi Facebook o el YouTube y veía lo que a mí me gustaba, descargaba libros, veía información de fuentes oficiales que a mí me aportara algo”

(Hogares sin niñas, niños ni adolescentes, San Francisco Temetzontla, Nivel de marginación Muy Bajo)

Por su parte en La Victoria, Zacatecas, las estrategias identificadas en el contexto de condiciones meteorológicas adversas y con la finalidad de salvaguardar la infraestructura familiar, se suele desconectar el módem y otros aparatos, se reportan las fallas de los servicios de cable o internet con la respectiva compañía, asimismo, se adquieren y almacenan películas y música en memorias USB, además dada la oferta de servicios, tienen la opción de realizar el cambio a la compañía telefónica que garantice mejores condiciones al hogar y con la finalidad de garantizar la electricidad en la vivienda, las familias pueden adquirir plantas generadoras de energía eléctrica.

En Higinio Tanguma, Tamaulipas, la mayoría de los hogares con televisión mencionaron contratar el servicio de TV de paga como alternativa para

acceder a medios de comunicación y contenidos audiovisuales. Del mismo modo, refirieron utilizar datos móviles desde su celular, dos hogares sin niñas y niños no contrataron servicio de datos móviles (aunque ya se incluyen en las recargas telefónicas no los utilizan y tampoco cuentan con teléfono inteligente) y, dos hogares con adolescentes además de contratar datos móviles también cuentan con internet por medio de modem inalámbrico.



Figura xxx. Antena para recibir señales de televisión abierta

Como se puede ver, aun cuando hay casos excepcionales que pueden dificultar el acceso a una mejor conectividad e infraestructura familiar, los ejemplos en general hablan de una mayor amplitud de oportunidades para alcanzar la seguridad mediática en los servicios.

Los casos en estas localidades muestran que, al estar contextualizadas sobre regiones con mayor dinámica social, económica y de infraestructura, son generadas, de manera más amplia, un conjunto de condiciones que benefician local y familiarmente a la población, por lo que el acceso a los servicios y medios de comunicación aun cuando presenta limitantes, se encuentra en lo inmediato, mayormente garantizados.



INSTITUTO FEDERAL DE  
TELECOMUNICACIONES

# REPRESENTACIÓN RURAL Y SUS PERCEPCIONES



UNIDAD DE MEDIOS Y CONTENIDOS AUDIOVISUALES

# REPRESENTACIÓN RURAL Y SUS PERCEPCIONES

En este capítulo se exponen tres puntos de las representaciones de lo rural. En el primero se presenta un análisis de las imágenes y referencias identificadas por parte de los hogares rurales y sus integrantes, las cuales son señaladas por sus similitudes con las localidades y las experiencias de vida que se vinculan con las sociedades rurales. En el segundo punto se exponen algunos aspectos que se indicaron en torno a las percepciones de las representaciones identificadas, esto es, las ideas que se van relacionando con las imágenes y referencias con las que las personas van generando aceptación, negociación o rechazo de aquello que se intenta poner en lugar de o como si fuera lo rural. El tercer punto también abarca las percepciones, pero enfocándose en las representaciones que se señalaron como negativas y que las personas al identificarlas afirman o contradicen.

## Identificación de representaciones de lo rural.

Las representaciones identificadas entre las y los integrantes de los hogares coinciden con las imágenes de las actividades productivas y cotidianas que se relacionan con los entornos rurales. Por un lado, corresponde con sus ámbitos de vida y, también, por los contenidos y mensajes emitidos por los medios de comunicación que han producido imaginarios sociales de las sociedades rurales.

De la televisión, abierta y de paga, fueron señalados programas como “Veracruz agropecuario” o “Punto de vista”, y en general cortes informativos de los noticieros en donde se refiere a localidades rurales. Las televisoras locales y regionales comerciales (por ejemplo, Televisa del Golfo), así como de los sistemas de radio y televisión estatales (por ejemplo, TeleVer), son los medios que, por proximidad de cobertura, emiten contenidos audiovisuales que son identificados similares a las localidades en donde se realizó el estudio. Sólo Canal Once, y cortes informativos en noticieros de canales

nacionales, fueron señalados por emitir en algunas ocasiones contenidos que refieren a las poblaciones rurales.

Para la radio, se identifican contenidos y mensajes que refieren a las sociedades rurales en las radiodifusoras regionales (por ejemplo, Radio Altiplano) y de los sistemas de radio estatales o nacionales (por ejemplo, La Voz de la Sierra de Zongolica). Sin embargo, es un medio de comunicación que se consume en menor medida frente a otros, por ejemplo, en Higinio Tanguma, Tamaulipas, no se captan estaciones de radio ni canales de televisión abierta pero los hogares contratan televisión de paga o internet sin consumir la radio por internet. Si bien en otros lugares como El Fresno, Guerrero, o Linda Vista, Nayarit, hay escuchas de estaciones de radio, en este estudio se encontraron escasos referentes de lo rural que las personas identificaran desde la radio.



Figura xxx. Contenidos en televisión abierta

Por internet se difunden abundantes contenidos, sin embargo, las búsquedas y las navegaciones van influyendo y determinando lo que se encuentra y consume. En este sentido, hay una relación particular porque las referencias a lo rural que se pueden identificar dependen de las prácticas digitales y sus contextos. En este sentido, las referencias señaladas giran en gran medida en las noticias que se publican y difunden por redes sociales, y principalmente por páginas de Facebook, por ejemplo, “Trapitos negros”, “NTR Zacatecas”, o bien noticias de medios de comunicación que

se compartían en perfiles de redes sociales, por ejemplo, de alguna fiesta patronal o de acontecimientos específicos.

Con relación a los contenidos y mensajes que se vinculan con sociedades rurales y que son reconocidas en los hogares que participaron en el estudio están: los documentales de lugares diferentes a los urbanos, programas en donde se tocan temas de la naturaleza, canales como “National Geographic”. Asimismo, se mencionaron dos estaciones en donde solían escuchar contenido relacionado con lo rural: Guerrero vive, Guerrero adelante, en este caso se menciona que los contenidos transmitidos sirven de comparación con las realidades vividas en la localidad; y también Radio Córdoba.

Otros contenidos que también se reconocen cercanos a los poblados son los videos de YouTube donde se habla de animales, de huertos, de producción agropecuaria, así como videos cortos que se realizan en localidades rurales y que se comparten en TikTok. Se valora la posibilidad de ver información de poblados cercanos, de la región, o que se observan similitudes, por ejemplo, que compartan solicitud de servicios públicos, que se mencionan temas de producción agraria y pecuaria, medioambientales, de fiestas patronales de cada lugar, eventos deportivos o torneos regionales, clausuras de cursos escolares:

*“Porque viven en una comunidad alejada como la nuestra  
y que tienen problemas con el agua”*

*(Hogar con adolescentes, San Francisco Temetzontla, Nivel  
de marginación Muy Bajo)*

*“Pasan programas en donde se vive pobreza y el aumento  
de precio de la canasta básica”*

*(Hogar sin niñas, niños ni adolescentes, Linda Vista, Nivel de  
marginación Muy Alto)*

Por otra parte, se identificaron representaciones que se acercan a las experiencias de la vida cotidiana que se viven en las localidades en donde

se realizó el estudio, aspectos como las tradiciones y costumbres, la gastronomía relacionada con lo que se produce localmente, temas de la producción del campo, ganadería, pesca, manejo de los bosques. Cabe resaltar que los elementos que se reconocieron similares lo son porque en los contextos propios de las poblaciones contaban con algo similar, por ejemplo, lo relacionado con la pesca se mencionó que antes en el poblado había personas que se dedicaban a dicha actividad, o en lo relacionado a los bosques porque es un tema vigente del entorno natural y de las actividades.

*"Algunas películas reflejan que hay que salir adelante en la vida (...) dan mensajes sobre los obstáculos que hay en la vida para realizar lo que uno quiere o desea"*

*(Hogar con niñas y niños, La Victoria, Nivel de marginación muy bajo)*

*"(reconocer la variedad) En la gastronomía porque vemos la diversidad"*

*(Hogar sin niñas, niños ni adolescentes, Imí, Nivel de marginación Muy Bajo)*

Precisamente, uno de los contrastes hace referencia a la distancia con un centro urbano próximo, lo cual puede influir en la lejanía o cercanía con las experiencias de vida urbana. En los casos de Imí en Campeche y Temetzontla en Tlaxcala, las personas indicaron que les causaba sorpresa que su población se considere rural, si bien tampoco se negaba que la población correspondiera con esa clasificación. La percepción proviene de la cercanía y facilidad de transporte hacia poblados urbanos y la cobertura de la mayoría de los servicios públicos en las localidades. Unos casos opuestos pueden ser El Fresno en Guerrero, Linda Vista en Nayarit, que son localidades a las que el centro urbano más próximo está a dos horas en vehículo aproximadamente y, además, hay carencia de algunos servicios públicos. Entre estas cuatro poblaciones también hay diferencia entre los grados de marginación, aquellas en donde se extrañan que se consideren

rurales tienen un grado muy bajo de marginación, mientras que aquellas que ven similitudes con las actividades productivas del campo tienen un grado muy alto de marginación.



Figura xxx. Contexto rural

Relacionado con la apertura hacia otras actividades que se realizan en los poblados, las personas identificaron contenidos y mensajes en la televisión de paga que señalaron próximos a las actividades que realizan o identifican en sus contextos, o que también tienen algún conocimiento. Se señaló que en los noticieros vieron notas informativas que expusieron situaciones similares a las que se veían en sus contextos, por ejemplo, la dificultad de acceder a las clases durante la pandemia por cortes de energía o por la intermitencia del servicio de internet, las recomendaciones de hábitos y de salud por enfermedades que suelen presentarse en localidades donde se carecen de servicios públicos y se ha tenido poco acceso a información relacionada a temas de salud en general. Por otro lado, también se hizo referencia a información deportiva porque es una de las actividades relevantes en los poblados, ya sea porque propician espacios de convivencia en la localidad o porque en las fiestas patronales los torneos deportivos permiten intercambios con otros poblados, y no sólo por practicar

deportes, sino que es uno de los intereses entre habitantes de las localidades rurales.

## Percepciones en torno a las representaciones identificadas.

De las respuestas ofrecidas en los hogares rurales se puede identificar que hay refuerzos para el sentido de pertenencia a una población o región porque se llegan a ver o escuchar contenidos y mensajes que hablan de las localidades que se abordaron en este estudio o de localidades cercanas, y sin importar el tipo de mensaje tiene una carga positiva para las personas porque se observan similitudes o porque se enteran de los que acontece en los lugares que habitan o transitan. Siguiendo el hilo de las similitudes, resaltó que uno de los aspectos que se tienen en cuenta para considerar situaciones compartidas se relaciona con las condiciones generalizadas de precariedad, las cuales van desde la infraestructura de servicios públicos, con las condiciones económicas de las familias y sus integrantes, con las oportunidades productivas y de recreación, entre otras. Por otro lado, hay una validación de que las representaciones de lo rural se corresponden con lo rural porque tienen relación con los entornos naturales. A continuación, se exponen estos tres puntos.

Con relación a la información que se refiere a las localidades de estudio o de las regiones, y que es percibida de manera positiva porque permite que las personas realicen comparaciones, se hicieron comentarios como el siguiente:

*"Porque da a conocer, al pueblo lo proyecta a nivel regional y nacional, atrae turistas y genera ingresos económicos (en específico por Radio altiplano)"*

*(Hogar con niñas y niños, San Francisco Temetzontla, Nivel de marginación Muy Bajo)*

Como puede observarse, se valora de manera positiva que se mencionan los lugares de origen y que se habitan, hay un sentido de pertenencia que

se pone de manifiesto y que se refuerza. Al mismo tiempo, hay flujo de información de los acontecimientos entre las localidades, algunas de las actividades son parte de las rutinas o comercio cotidiano y por lo mismo son relevantes. En este sentido, para las personas importa lo propio, pero, también resulta clave el flujo de información en doble dirección, pues al difundirse los contenidos por los medios de comunicación se da a conocer lo que ocurre en la propia localidad hacia otros lugares, así como en las localidades se enteran de lo que ocurre en otros sitios, y que de maneras directas o indirectas relacionan con sus entornos inmediatos.

*"Porque anuncian avisos comunitarios y ventas locales (por medio de una página de la red social Facebook)"*

*(Hogar sin niñas, niños, ni adolescentes, Higinio Tanguma,  
Nivel de marginación Muy Bajo)*

Por otro lado, a pesar de las diferencias que pueda haber, como lo expresan en una respuesta "lo que pasa en otros lados no es lo mismo que (ocurre en) esta comunidad", se hacen comparaciones y se identifica que se comparten condiciones de precariedad, como puede ser la importancia de los mensajes de los programas de apoyo por parte del gobierno; así como lo relacionado con solicitudes de servicios públicos o de las condiciones en que se encuentran los servicios públicos en otras localidades. Otra relación que se hace a partir del acceso a mensajes de los programas de gobierno es que hay actividades productivas que deben tener importancia porque se relacionan con los recursos que tienen disponibles.

Hay otra relación que se puede identificar a partir de las respuestas de la población participante en el estudio, se trata del refuerzo de lo rural con los entornos naturales. Entre los poblados con más distancia hacia centros urbanos es más obvia esta vinculación, pero en los poblados cercanos a centros urbanos, como en aquellos que se extrañan de aún ser considerados rurales, también se repite dicha vinculación porque tienen mayor proximidad con los entornos naturales pues si bien la mayoría de las actividades se pueden dirigir hacia los centros urbanos se continúa teniendo alguna relación con los entornos naturales. En este sentido, se pone atención

a los contenidos que hablan del medio ambiente y de la naturaleza porque es un tema destacado. Por ejemplo, el estado actual de los bosques y la deforestación, e incluso contenido similar como el programa “Sobrevivencia al desnudo” que fue señalado por mostrar entornos similares a los que se observan en las localidades.

Finalmente, los programas que se consumen entre la población, además de ser informativos o de entretenimiento, tiene relación con temas que se asumen cercanos ya sea por el contexto en el que se relatan las historias, es decir, que estén situadas en localidades o que hablan de infraestructuras similares a las poblaciones que participaron en el estudio, o bien, que los mensajes hagan alusión a realidades que se viven en localidades o entre gente procedente de poblaciones rurales. Así, “La rosa de Guadalupe” es uno de los programas que por los temas que trata se vincula con lo que la población rural puede experimentar, por otro lado, también se valoran programas que mencionen tradiciones que sean parecidas a las de sus pueblos.

## Percepciones de representaciones negativas.

La distinción esencial que las personas de las localidades rurales identifican se relaciona con el conjunto de experiencias de vida que se desarrollan en las ciudades y en los pueblos. Así, la procedencia rural ocupa un lugar debajo a la procedencia urbana por lo que se legitiman relaciones de desigualdad y de desconocimiento, se refuerzan ideas de que la vida urbana puede definir y delimitar lo más adecuado en términos de servicios y de oportunidades. Por mencionar un ejemplo generalizado, las personas procedentes de los pueblos que llegan a las ciudades deben adaptarse a pesar de actitudes de rechazo, mientras que las personas procedentes de las ciudades que llegan a los pueblos son integradas con aceptación:

*“Hay expresiones con desprecio como “los huarachudos””*

*(Hogar sin niñas, niños ni adolescentes, Higinio Tanguma,  
Nivel de marginación Muy Bajo)*

*"A veces pasan escenas donde una persona de ciudad discrimina a los de un rancho"*

*(Hogar con adolescentes, Higinio Tanguma, Nivel de marginación Muy Bajo)*

Relacionado con la procedencia también se hace evidente, aunque de manera indirecta, el fenómeno migratorio donde las ciudades son los lugares de recepción, por lo tanto, las personas de las localidades rurales identifican que se deben adaptar a los nuevos entornos ciudadanos que desconocen. No sucede esta observación en la movilidad de la población que se realiza entre localidades rurales ni la movilidad entre ciudades.

Una manifestación de estas representaciones que enfatizan la discriminación se identifica en contenidos y mensajes que son protagonizados por personajes reconocidos, famosos o de referencia, principalmente gente dedicada a los espectáculos y al entretenimiento:

*"Luego hay memes, como cuando Arat de la Torre comento algo sobre los voladores de Papantla, forma de discriminación, nos toman a las comunidades como un chiste"*

*(Hogar con adolescentes, San José Independencia, Nivel de marginación Muy Alto)*

Hay una apreciación de que los mensajes transmitidos en los medios de comunicación pueden contener información real como falta de cobertura total de servicios públicos, migración por parte de integrantes de las familias, problemas de salud y baja atención de los servicios médicos, existencia de problemas de alcoholismo, escasa planificación familiar y embarazos adolescentes; pero, esta información no se contextualiza, y por lo tanto parecen ser condiciones generadas entre la población rural por rural y no por otros factores materiales y económicos, sociales, culturales e históricos.



INSTITUTO FEDERAL DE  
TELECOMUNICACIONES

# IMPACTO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN



UNIDAD DE MEDIOS Y CONTENIDOS AUDIOVISUALES

# IMPACTO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

El acceso a los medios de comunicación es amplio entre las poblaciones rurales, aunque distintos factores pueden favorecer o limitar dicho acceso. Como se ha visto en los resultados de este estudio, hay localidades en donde no se pueden recibir señales de televisión abierta o de estaciones de radio y por lo tanto en los hogares recurren a la televisión por pago y a la conexión a internet, también se observan localidades en donde sí se reciben medios abiertos y se consumen al mismo tiempo que se complementan con el acceso a televisión de paga y a la conexión a internet con posibilidades de acceder a contenidos compartidos por redes sociales o por plataformas OTT. Hay combinaciones particulares en, primero, cada localidad y, segundo, en cada hogar y preferencias individuales. El acceso es un aspecto que influye en las posibilidades de los impactos e influencias que los medios de comunicación puedan generar entre la población rural. Otro aspecto relevante es el contexto sociocultural desde el cual se reinterpretan los contenidos y mensajes transmitidos desde los medios de comunicación.

En este apartado también se coloca la información relacionada con el impacto de la pandemia por COVID-19 en la recepción de medios de comunicación y relevancia de los contenidos audiovisuales, así como la percepción que se tiene de la educación a distancia.

## **Utilidad de los contenidos audiovisuales.**

En la mayoría de los hogares se mencionó que los medios de comunicación han tenido importancia en la comunidad, mencionando, en especial, contenidos que les permiten el acceso a la información, tanto relacionada con su localidad como fuera de esta.

*"En las noticias de Zacatecas las personas podemos conocer lo que pasa en el estado y se avisa si los padres no deben dejar salir a los hijos porque está peligroso"*

*(Hogar con adolescentes, La Victoria, Nivel de marginación Muy Bajo)*

Resulta evidente que entre la población hay prácticas cotidianas relacionadas a mantenerse informadas de los ámbitos locales, regionales, nacionales e internacionales. Esto puede observarse cuando indican los programas o contenidos que sintonizan o buscan para informarse:

*"Las noticias que salen en la mañana, las que salen en el canal 9 porque están relacionadas con Acapulco y Chilpancingo que es donde pertenecemos, la capital es Chilpancingo"*

*(Hogar con niñas y niños, El Fresno, Nivel de marginación Muy Alto)*

Asimismo, se hizo mención del acceso a contenidos relacionados con el empleo y el autoempleo, mismos que les han permitido adquirir habilidades aplicadas a la obtención de nuevos ingresos.

*"Me han permitido saber hacer manualidades y generar un ingreso"*

*(Hogar con adolescentes, San Francisco Temetzontla, Nivel de marginación Muy Bajo)*

Destaca que el acceso a internet y a redes sociales sea el recurso más mencionado para encontrar anuncios de trabajo y, principalmente, en donde se identifican oportunidades que van desde la formación hasta la difusión de productos o servicios.

También se hizo mención de contenidos relacionados con la educación y el desarrollo profesional. Entre los hogares donde se menciona que han identificado o les han sido de utilidad los contenidos educativos, en su

mayoría señalan la educación a distancia como el referente que más vinculan a impactos positivos en las localidades, pero, en algunos se identificó otros mensajes y contenidos:

*"Las escuelas se promocionan en la radio, anuncian becas y costos de inscripción"*

*(Hogar con adolescentes, San José Independencia, Nivel de marginación muy alto)*

Entre otras funciones, se mencionó en impacto que han tenido los medios y sus contenidos en la comunicación con otras localidades, en especial a través de redes sociales como Facebook y WhatsApp. Asimismo, se destacó su papel en la comercialización de productos y servicios.

*"Sobre maíz, frijol y conocer los precios"*

*(Hogar sin niñas, niños, ni adolescentes, Casimiro Leco, Nivel de marginación Muy Alto)*

Se puede observar que la utilidad de los contenidos transmitidos en los medios de comunicación tienen impactos puntuales más que generales en las localidades, así como una identificación positiva que apenas rebasa la mitad de los hogares que participaron el estudio, sólo en el punto de empleo o autoempleo fue menor a la mitad de los hogares que identifican alguna utilidad.

Por otro lado, a partir de diferenciar entre los grados de marginación de las localidades se puede observar que las personas de los hogares de localidades con un grado muy bajo de marginación identificaron más elementos positivos en los distintos puntos de este apartado que aquellos hogares de localidades con grados muy altos de marginación. Este aspecto es relevante para contextualizar los posibles impactos de los medios de comunicación en los procesos de desarrollo y cambio entre las poblaciones rurales, pues se hace notar que las condiciones estructurales tienen un papel importante en la concreción de oportunidades.

También se puede indicar que el acceso a internet y por lo mismo a redes sociales, así como a otros servicios vinculados a la conexión a internet tiene más relevancia en tanto es información y contenidos que son buscados o filtrados (grupos, canales, comunidades, etc.) por los intereses de las personas y las familias.



Figura xxx. Actividades económicas

## Impacto de los medios en el ámbito local.

Los mensajes y contenidos de los medios de comunicación han tenido impacto en algunos aspectos de las poblaciones rurales. Un tema recurrente por la cercanía temporal es el relacionado con la salud porque, además de las campañas estacionales que se transmiten televisión, radio e internet, la contingencia sanitaria por la pandemia de COVID-19 propició que constantemente se emitieran mensajes relacionados con hábitos de prevención, así como contenido informativo de la pandemia que fue colocando términos nuevos en el lenguaje cotidiano.

Un tema señalado como relevante para la población es lo relacionado con el medio ambiente, esto es, información del cambio climático, de cuidados hacia el medio ambiente y de aprovechamiento sustentable de los recursos naturales. Este tema se relaciona con información para las actividades

productivas que se vinculan con el campo en cuanto su desarrollo se realiza en el entorno natural o con animales.

Siguiendo con las actividades productivas, los habitantes de las poblaciones rurales diversifican, precisamente, sus actividades además de aquellas relacionadas con el campo (lo cual también es una característica de la ruralidad). Así, el acceso a la información de los medios de comunicación les ha permitido conocer opciones laborales, complementar información relacionada con sus actividades, comercializar productos y servicios, y además aprender a realizar otros productos (manualidades, repostería, etc.). Cabe repetir, como en el apartado anterior, que el acceso a internet y por lo tanto a búsquedas de información y contenidos específicos fue más destacado por las personas.

Además del acceso a internet, y por lo tanto a redes sociales (de manera predominante páginas de Facebook), mensajería instantánea, canales de videos, Apps, etc., los medios de comunicación señalados por ofrecer información que les interesa son: las radiodifusoras de los sistemas de radio o de televisión públicos como las radios “La voz de los cuatro pueblos”, “La voz de la sierra de Zongolica”, “TeleVer”; y las noticias de canales locales o regionales, los cuales son consumidos en tele abierta o de paga y a través de páginas de Facebook.

Por otro lado, destaca la información climatológica como un tema que tiene relevancia en las poblaciones rurales, aunque se relaciona con el medio ambiente se destaca de manera separada porque se relaciona con información de fenómenos naturales, su impacto en las actividades productivas del campo, y con desastres (terremotos, huracanes, etc.) o impactos en el entorno (desplazamientos de tierra en poblaciones o caminos, etc.):

“Nos damos cuenta, por ejemplo, como le digo cuando llueve primero antes “estaba lloviendo”, nomás decíamos “está lloviendo”, no nos dábamos cuenta. Ahora ya sabemos que es un huracán, les ponen nombres, ya sabemos qué tiempo va a estar, para dónde va abarcando. Y eso es importante para la comunidad”

(Hogar sin niñas, niños ni adolescentes, El Fresno, Nivel de Marginación Muy alto)

Se mencionó que la información más relevante es aquella que va dirigida a poblaciones rurales, como los mensajes relacionados a programas sociales y productivos del gobierno, o los medios que acuden a las localidades para realizar algún contenido informativo o de difusión, por ejemplo, grabaciones sobre la producción de tunas en La Victoria, Zacatecas, o el mirador en Temetzontla, Tlaxcala. También, en los contenidos transmitidos por los medios de comunicación hay integrantes de los hogares que han identificado mensajes y tratamiento de asuntos y problemas familiares similares a los de sus hogares o de hogares de su entorno, por lo mismo, se considera que a veces coincide con sus realidades y que es de utilidad que se puedan consumir programas en donde se expongan situaciones en las que ven reflejados. Finalmente, los medios de comunicación se consideran esenciales porque de otra manera la población tendría dificultades para acceder a información, mantenerse en comunicación, y para entretenerse.

## Medios y pandemia por COVID-19.

Esta sección refiere a la relación que en los hogares establecen entre los medios de comunicación (necesidad de acceder a éstos y de los contenidos consumidos) y la contingencia sanitaria causada por COVID-19.

De forma general se refirió que no se tuvieron que realizar cambios significativos en el momento crítico o posteriores a la pandemia, a pesar de esto, entre las adecuaciones mencionadas se enlistaron la adquisición de aparatos o dispositivos para el consumo de medios o contenidos digitales (celulares, tabletas, computadoras, televisiones) de entre los cuales destacaron los teléfonos celulares, la contratación de servicios como televisión de paga o internet, así como un incremento en el uso de televisión y radio. Entre algunos de los hogares que mencionaron no haber realizado cambios es porque ya contaban con aparatos para acceder a medios de comunicación o porque ya tenían de manera previa contratados servicios de tele de paga o de internet.

Entre las principales estrategias para acceder a medios y contenidos estuvieron la compra directa, pago a crédito o a través de regalos o donaciones por parte de familiares.

Por otra lado, para mantenerse informados los medios de comunicación fueron: radio, televisión abierta, televisión de paga, páginas WEB del gobierno y ONG, vídeos de YouTube, aplicaciones de mensajería y redes sociales. Además de los medios de comunicación, en Linda Vista, Nayarit, mencionaron que se mantuvieron informados por la clínica, y en Casimiro Leco, Michoacán, en dos hogares indicaron que el boca a boca les fue útil para complementar la información recibida.

Por su parte, en la mayoría de los hogares siguen manteniéndose informados por los medios de comunicación en torno a programas de vacunación y demás contenido relacionado con la pandemia de COVID-19, en especial a través de radio, televisión abierta, de paga, internet y redes sociales.

## Educación a distancia.

A partir de las medidas de contención ante la pandemia por COVID-19 que implicaron reducir las actividades de interacción presencial, se amplió el acceso a internet por parte de las poblaciones rurales para cursar algún ciclo educativo (desde nivel básico, universitario hasta formación no curricular). En este sentido, las y los integrantes de los hogares rurales mencionaron que las y los niños tuvieron clases en línea con el programa “Aprende en casa”, así como los correspondientes para el nivel medio superior (telesecundaria, telebachillerato). Por otra parte, se identificó la escucha de programas de “Aprende en casa” en las radiodifusoras públicas (por ejemplo, La voz de los cuatro pueblos, La voz de la sierra de Zongolica, Radio Tamaulipas).

Hacia la educación formal se considera que la continuidad de la estrategia del programa “Aprende en casa” es un refuerzo de los aprendizajes que puedan adquirirse en las clases presenciales, por ejemplo, para realizar las tareas escolares o por la información actualizada disponible en línea. También, se considera que ofrecen otros recursos para aprendizajes formativos, pero a manera de actividades extraescolares, por ejemplo,

clases de inglés, enterarse de distintos cursos anunciados en Facebook, y variedad de juegos educativos para niños y niñas.



**Figura xxx. Consumo de contenidos audiovisuales por niñas y niños**

Por otro lado, relacionado con la educación informal, si bien se hacen visionados de videos tutoriales en canales de videos como Youtube los aprendizajes no suelen vincularse con una formación a distancia o asincrónica ni se reconocen como aprendizajes, esto a pesar de que en algunos casos las personas han desarrollado aprendizajes que han impactado en sus vidas (algunos ejemplos refieren al impacto en el autoempleo). Un contraste es el visionado de documentales, lo cual se considera que enseñan cosas, de otras culturas, del comportamiento de los animales, o de algún tema específico.



INSTITUTO FEDERAL DE  
TELECOMUNICACIONES

# COMENTARIOS FINALES



UNIDAD DE MEDIOS Y CONTENIDOS AUDIOVISUALES

# COMENTARIOS FINALES

Es así como el Estudio Hábitos de Consumo de Medios en Poblaciones Rurales, tuvo como objetivo el brindar información detallada con respecto a las dinámicas de recepción y apropiación de medios de comunicación, y sus contenidos, que se encuentran presentes en la vida diaria de audiencias infantiles, adolescentes y adultas delimitadas por el contexto rural.. De tal forma que fue posible la obtención de hallazgos que describen, desde las dinámicas sociales de cada comunidad, la relación que estas guardan con las señales a su disposición y los contenidos que a través de éstas se transmiten.

De esta forma, en el apartado INFRAESTRUCTURA TECNOLÓGICA se encontró, de forma general, que la televisión es el medio con mayor preponderancia en los hogares participantes encontrándose presente en casi la totalidad de estos, independientemente de su nivel de marginación. Con relación a las características del aparato televisivo, a nivel global, los hogares cuentan en su mayoría con televisor de pantalla plana, seguido de las Smart TV y llama la atención que aun en ciertos hogares ubicados en localidades de muy bajo nivel de marginación como Imí, La Victoria, Higinio Tanguma y el Fresno, ubicado en zona de muy alta marginación, se cuenta con aparatos analógicos o que requieren de convertidores para hacer visible la señal de tv abierta o de paga.

Por el lado de la disponibilidad de aparatos de radio se encontró que, aproximadamente un tercio de los hogares participantes contaban con este tipo de dispositivos, tendiendo mayoritariamente al consumo de estaciones de Frecuencia Modulada (FM). En cuanto a las características del equipo radiofónico en varias localidades se encuentra una tendencia al uso de radios portátiles, o bocinas con sintonizador de radio y entradas a USB, y se detecta que éstos pueden ser de los más sencillos y elementales, hasta con luz y color, además su uso se da hasta agotar sus capacidades.

En lo que respecta a los servicios de acceso a Internet, los hallazgos mostraron que la mayoría de los hogares participantes accede a estos,

encontrando diferencias que favorecen a los hogares de localidades con muy baja marginación, quienes pueden acceder a la conectividad a internet con mayor facilidad. En cuanto a los dispositivos predilectos se identificó que el celular es el principal. A nivel global los hogares entrevistados cuentan con la modalidad de prepago que funciona a través de venta de fichas de \$10, \$20, \$30 o \$50 pesos y cuentan con un número de usuario y contraseña para poder conectarse a través de antenas que han sido instaladas en algunas viviendas que proporcionan este servicio y que cuya conectividad puede durar 2 o 3 horas al día. Otra parte de la población situada mayoritariamente en áreas de muy baja marginación acceden a través de las compañías donde contratan mensualmente los paquetes que incluyen televisión de paga e internet.

Por otro lado, en lo que respecta a los HÁBITOS Y PREFERENCIAS DE CONSUMO DE MEDIOS, los resultados del Estudio pudieron identificar que la televisión sigue manteniéndose como el principal medio de comunicación para estar informados y entretenidos. En las ocho localidades se ven programas relacionados en primer lugar con telenovelas y series melodramáticas como la Rosa de Guadalupe; posteriormente los noticieros son los más vistos entre los hogares. Se identificó que en el consumo de la televisión de paga se observan los mismos canales que se transmiten por televisión abierta, pero, las opciones se amplían.

Los hogares de estudio mostraron que un hábito importante cuando ven la televisión gira en torno al consumo de alimentos, que incluye desayunar, comer o cenar, generalmente están reunidos en familia compartiendo viandas. Incluso como aparece en algunas plazas, “botanean” y los niños y niñas consumen golosinas y dulces para ver sus programas favoritos.

En cuanto al consumo de contenidos radiofónicos, se observó que la minoría de los hogares refirieron sintonizarla, encontrando que, en localidades de muy baja y muy alta marginación fueron las personas adultas jóvenes y mayores quienes tienen el hábito y el gusto por sintonizar las estaciones de su agrado, que contienen programas musicales, de temas variados y de avisos.



Del apartado acerca de los hábitos y preferencias de internet se destaca que el uso de las redes sociales y contenidos tanto de entretenimiento, comunicación y de búsqueda de información de todo tipo son las principales razones por las que consumen contenidos de internet. Destaca que, en todos los hogares de muy baja y muy alta marginación, el WhatsApp es el principal medio por el cual se comunican con familiares y amigos, en el caso de los adolescentes les ha servido como red con compañeros y docentes para estar al tanto de sus tareas escolares. En los adultos es una herramienta para el trabajo y para los adultos mayores ha servido la utilidad de los mensajes de voz.

En cuanto a las dinámicas de RECEPCIÓN Y APROPIACIÓN DE CONTENIDOS AUDIOVISUALES, los hallazgos mostraron que en torno a la vinculación de los contenidos audiovisuales hacia los entornos locales se puede destacar que entre los tipos de hogares con los que se trabajó hay similitudes entre sí, por ejemplo, los hogares con niñas y niños tendieron a vincular los contenidos hacia el entorno en el que viven las familias, los hogares con adolescentes se incluyen intereses de la población juvenil y los hogares con niñas, niños ni adolescentes vincularon su consumo de contenidos hacia las actividades productivas principales y secundarias.

Por su parte, al realizar una comparación por los grados de marginación entre “muy alta” y “muy baja” se pueden identificar otros detalles. Los hogares con niñas, niños y adolescentes de localidades con muy baja marginación se enfocaron más en que los contenidos tuvieran elementos educativos, o que ofrecieran recursos de información para la población juvenil, y en los hogares sin estas poblaciones y de muy baja marginación, hicieron más vinculaciones de los contenidos con sus actividades productivas y de cuidados del entorno.

En la división por el grupo de niños y niñas, en general, los medios han contribuido a reforzar actitudes de exploración y aprendizaje, lo cual corresponde con sus momentos de vida. En los adolescentes destaca que los contenidos audiovisuales impactan en hábitos de salud y autocuidados, mientras que la diferencia entre grados de marginación es que en las localidades con un grado muy alto también se incluyen aquellos contenidos

que indican comportamientos apropiados, y en las localidades con muy baja marginación el tema de la salud incluye la física y la mental.

El tercer grupo, el de los adultos, los impactos coinciden hacia complementar o reforzar los roles y responsabilidades en los ámbitos familiares y comunitarios. La diferencia, según los grados de marginación, es que en las localidades con un grado de muy alto de marginación los contenidos audiovisuales han apoyado la apertura a reconocer otros aprendizajes y conocimientos que a su vez pueden impactar en sus vidas y en las perspectivas de estas, por su parte, en las localidades con un grado muy bajo de marginación los impactos se hacen notar más en el tema de la salud y sus implicaciones sociales.

Los resultados del Estudio también permitieron identificar BARRERAS Y ESTRATEGIAS DE ACCESO A MEDIOS Y SUS CONTENIDOS, mismas que presentan variaciones de acuerdo con el nivel de marginación de las localidades participantes. Las barreras observadas en las localidades de muy alta marginación se resumen en infraestructura deficiente, condiciones económicas de los hogares, factores climatológicos, geográficos y lejanía de los poblados. Estos a su vez pueden estar situados sobre dos espacios que son, la comunidad y el hogar. Mismas barreras que son mencionadas en las localidades de muy baja marginación, con la diferencia de que estas cuentan con señales telefónicas, de internet y de televisión de paga cubiertas en su totalidad por varias empresas, encontrándose también puntos gratuitos de conexión a internet.

Siendo las principales estrategias para hacerle frente a dichas barreras la contratación de servicios de televisión de paga, la adquisición de fichas de prepago para conectarse a internet, la compra de dispositivos (USB y DVD) con contenidos precargados y el acceso a internet en lugares con mayores probabilidades de recibir señal.

Posteriormente, en el capítulo REPRESENTACIÓN RURAL Y SUS PERCEPCIONES se encontró que hay contrastes entre, por un lado, la capacidad de los medios de comunicación para emitir mensajes y contenidos audiovisuales que sintetizan o fragmentan las realidades que quieren transmitir, y por otro lado, las propias realidades diversas que viven las personas. En este marco

es que en los hogares rurales han identificado, a partir de sus contextos socioculturales, elementos que pueden reflejar lo que consideran rural y, por lo mismo, de sus actividades y localidades.

Entre las representaciones que fueron etiquetadas como favorables por los hogares participantes se destacan aquellas en las que se habla de los estados físicos y las condiciones de los servicios públicos en las localidades cercanas y de aquellas que se consideran similares. Lo cual lleva a comparar las condiciones de las propias localidades y a incentivar o no las solicitudes colectivas para cubrir los servicios públicos necesarios. Así como las actividades agropecuarias y del cuidado del medio ambiente, lo cual da cuenta de la pluriactividad en las sociedades rurales.

A pesar de lo anterior, los hogares participantes también hicieron mención de representaciones consideradas como inadecuadas. Se identificó un reforzamiento de ideas o imágenes sociales de lo rural a partir de las apariencias físicas y estructurales de los entornos, falta de servicios públicos, escasas o limitadas oportunidades educativas, laborales y de esparcimiento, incidencia de problemáticas sociales como adicciones o embarazo adolescente, vinculación con la naturaleza, entre otras. Mismas que podrían contribuir a la diseminación de estigma y estereotipos.

Finalmente, en el apartado IMPACTO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN se muestra que, para la mayoría de los hogares participantes, los medios de comunicación han sido relevantes para fortalecer las interacciones comunitarias, la toma de conciencia del cuidado del medio ambiente, dar información de alternativas educativas y de formación.

Para lo que se hizo mención de contenidos climatológicos, de empleo y autoempleo, educación y desarrollo profesional y comunicación con otras personas y localidades. Al realizar una comparación de la población entre localidades con grados muy alto y muy bajo de marginación, se puede observar que en los hogares que corresponden a localidades con un grado muy alto de marginación identificaron menos elementos que reflejaran impactos de los medios de comunicación entre la población. Esto es relevante porque indica que los grados de marginación pueden favorecer

o delimitar los posibles impactos de los medios de comunicación en los procesos de desarrollo y cambio entre las poblaciones rurales.

Por otro lado, se puede observar que el acceso a internet y, por lo mismo, a redes sociales, así como a otros servicios vinculados a la conexión a internet tiene más relevancia en tanto es información y contenidos que son buscados o filtrados (grupos, canales, comunidades, etc.) por los intereses de las personas y las familias.

De esta manera, el Estudio Hábitos de Consumo de Medios en Poblaciones Rurales permitió identificar la forma en la que diversas localidades del país se relacionan con el consumo de contenidos a través de distintos medios de comunicación como la radio, la televisión y el internet. Dicha relación, fue analizada mediante la incorporación de variables generales del entorno rural y especificidades de cada localidad como su ubicación geográfica, nivel de marginación y tipo de hogar. Lo anterior posibilita un entendimiento más integral de las distintas realidades de las audiencias del país, ofreciendo niveles de análisis contrastados que abonan al desarrollo de líneas de investigación existentes y fungen como un elemento más que coadyuva en el diseño de políticas públicas focalizadas en las necesidades de las audiencias rurales del país.



## REFERENCIAS

Al-hassan, S.; Andani, A. y Abdul-Malik, A. (2011). The Role of Community Radio in Livelihood Improvement: The Case of Simli Radio. Field Actions Science Reports, 5, recuperado en línea de <http://journals.openedition.org/factsreports/869>

Consejo Nacional de Población. (2020). Índice de marginación por entidad federativa y municipio. Nota técnico- metodológica. CONAPO. disponible en: <https://acortar.link/uFTzA8>

CONEVAL. (2020). Medición de la pobreza. Obtenido de Índice de rezago social 2000-2020: <https://acortar.link/XH47mu>

De Grammont, H. C. (2004). La nueva ruralidad en América Latina. Revista Mexicana de Sociología, 66, 279-300.

Diario Oficial de la Federación (21/12/2016). Lineamientos Generales sobre la Defensa de las Audiencias. Diario Oficial de la Federación, Decreto por el que se expide la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión. Disponible en: <https://acortar.link/XNyUg3>

Flores, E. (3 de octubre de 2014) Arranca Feria de la Tuna 2014 en La Victoria, Pinos. NTR Zacatecas. Arranca Feria de la Tuna 2014 en La Victoria, Pinos | NTR Zacatecas.com Consultado el 14 de julio de 2022.

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 el 03/02/2022 de <https://www.redalyc.org/journal/280/28063519011/html/>

Guan, C.Y.; Tang, J. M. y Wang, M. (2020). The family politics of new media domestication: an ethnographic study of mobile phones' influences on rural

adolescents' socialization in a central Chinese town. *Asian Journal of Communication*, 30(1), 1-19.

Hall, S. (1973). *Encoding and Decoding in the Television Discourse*. Paper para el Coloquio Europeo Training in the Critical Reading of Television Language, Universidad de Leicester, septiembre <https://acortar.link/eUNkYN>

Hall, S. (2010). Sin garantías. Trayectorias y problemáticas en estudios culturales, *Enviñón Editores-IEP- Instituto Pensar-Universidad Andina Simón Bolívar*.

Hernandez, G., e Indira, G. (2012). Medios y desarrollo: un reto desde lo comunitario. *Contribuciones a las Ciencias Sociales*, 16. Disponible en: <https://www.eumed.net/rev/cccss/20/mhsg.html>

Huertas Bailén, A. (2006). Sobre la construcción ontológica del concepto de audiencia. *Revista Fronteiras / estudos mediáticos*, VIII, 3, p. 196-202.

Huertas Bailén, A. (2015). *Yo soy audiencia. Ciudadanía, público y mercado*, UOC Press.

INEGI (2022). *Cuéntame de México*. Disponible en: [https://cuentame.inegi.org.mx/poblacion/rur\\_urb.aspx?tema=P](https://cuentame.inegi.org.mx/poblacion/rur_urb.aspx?tema=P)

Instituto Federal de Telecomunicaciones (2017). *Estudio diagnóstico de la relación de las audiencias indígenas con la radio y la televisión*. Disponible en: <http://www.ift.org.mx/industria/umca/estudios-y-reportes-de-analisis-de-medios-y-contenidos-audiovisuales>

Instituto Federal de Telecomunicaciones (2021). *Encuesta Nacional de Consumo de Contenidos Audiovisuales*. Disponible en: <https://somosaudiencias.ift.org.mx/sub-secciones/2>

Instituto Federal de Telecomunicaciones (2021). *Relación de las audiencias infantiles y adultas de pueblos y comunidades indígenas con la Radio*,

Televisión e Internet. Disponible en: <https://somosaudiencias.ift.org.mx/subsecciones/2>

Instituto Nacional para el Federalismo y el Desarrollo Municipal (INAFED). (2021). Sistema Nacional de Información Municipal (SNIM), <http://www.snim.rami.gob.mx/>

Jáuregui, J. (2004). Coras. CDI.

La Pastina, A. (2004). Telenovela reception in rural Brazil: gendered readings and sexual mores. *Critical Studies in Media Communication*, 21(2), 162-181.

Lasswell, H. D. (1927). *Propaganda Techniques in the World War*, Alfred A. Knopf.

Matijasevic Arcila, M.T. y Ruiz Silva, A. (2013). La construcción social de lo rural. *Revista Latinoamericana de Metodología de la Investigación Social*, 5(3), 24-41.

Meadows, M. (2009). Walking the talk: reflections on Indigenous media audience research methods. *Participations. Journal of Audience & Reception Studies*, 6(6), 118-136.

Morales, S. (2020). Estudios de audiencias y medios comunitarios: apuntes para un reencuentro necesario. *Anagramas Rumbos y Sentidos de la Comunicación*, 18(36), 57-76.

Ngimwa, P.; Ocholla, D. y Ojiambo, J. (1997). Media Accessibility and Utilization by Kenyan Rural Women. *International Information & Library Review*, 29(1), 45-66.

Peña Mora, J. (2022). Comunicación Comunitaria. Una Crítica a los procesos comunicativos y situación real de los pueblos y sectores minoritarios. Chasqui. *Revista Latinoamericana de Comunicación*, 1(149), 199-212.

Pérez Prado, L. N. (1993). Lo rural y la ruralidad: algunas reflexiones teórico-metodológicas. *Relaciones. Estudios de Historia y Sociedad*, 14(54), 5-20.

Soleaga, I.; Plassot, T. y Reyes, M. (2021). Caracterización de los espacios rurales en México a partir de estadísticas nacionales, CEPAL.

Thompson, J. B. (1998). *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*, Paidós.

Vinod Bhatia, K. y Pathak-Shelat, M. (2019). Media experiences in community-driven rural areas: exploring children's media cultures in rural Gujarat, India. *Journal of Children and Media*, 13(3), 260-275.