



INSTITUTO FEDERAL DE  
TELECOMUNICACIONES

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



**Nahua** en  
**Ahuateno, Veracruz**

<b>INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>3</b>
<b>INFORMACIÓN SOCIOCULTURAL DE AHUATENO .....</b>	<b>6</b>
Ubicación .....	6
Historia.....	7
Características de la población.....	9
Identidad.....	10
Lengua .....	10
Religión.....	11
Educación.....	12
Formas de gobierno y organización política.....	13
Expresiones culturales y fiestas tradicionales.....	13
<b>DISPONIBILIDAD DE MEDIOS Y SEÑALES PARA CONSUMO.....</b>	<b>16</b>
Condiciones y problemas de la infraestructura de telecomunicaciones.....	22
Conectividad y penetración de internet.....	23
Televisores y recepción de canales.....	28
Aparatos radiofónicos y frecuencias.....	30
Dispositivos digitales y conexión a internet para consumo audiovisual.....	31
<b>HÁBITOS DE CONSUMO.....</b>	<b>35</b>
Televisión.....	36
Radio.....	37
Internet.....	38
<b>APROPIACIÓN DE CONTENIDOS .....</b>	<b>40</b>
Cambios de comportamiento.....	42
Creación de contenidos.....	44
Derechos de las audiencias.....	45
<b>REPRESENTACIONES MEDIÁTICAS .....</b>	<b>46</b>
Representaciones y estereotipos.....	46
Buenas prácticas.....	47
Propuestas desde la audiencia.....	47
Percepción de brechas y desigualdades.....	48
<b>COMENTARIOS FINALES.....</b>	<b>50</b>
<b>REFERENCIAS .....</b>	<b>52</b>

# INTRODUCCIÓN

Entre agosto y noviembre de 2021, el Instituto Federal de Telecomunicaciones, en colaboración con el Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social (CIESAS), emprendió un proyecto de alcance semi-nacional, estudio que contó con la participación de siete grupos etnolingüísticos en el mismo número de comunidades indígenas distribuidas en distintas entidades federativas siendo estos:

- Tarahumaras en Guachochi, Chihuahua;
- Mayos en Etchoja, Sonora;
- Huicholes en Naranjito del Copal, Nayarit;
- Otomíes en El Cardonal, Hidalgo;
- Nahuas en Ahuateno, Veracruz;
- Tseltales en Tenejapa, Chiapas;
- Mayas en Tahdziú, Yucatán.

Lo anterior, con el objetivo de obtener información que permita describir la infraestructura tecnológica para consumo de medios disponible en las comunidades indígenas seleccionadas, así como los hábitos de exposición a medios, preferencias de visionado y procesos de apropiación que tienen estas audiencias con respecto de los contenidos audiovisuales, así como la forma en la que perciben su representación en medios.

Para el cumplimiento de los objetivos general y específicos, y de forma particular, se reportan los resultados encontrados en 9 hogares indígenas pertenecientes a la comunidad de Ahuateno, en el municipio Chicontepec de Tejada del estado de Veracruz de Ignacio de la Llave, en los que habitan niñas, niños, adolescentes y adultos.

Lo anterior, a través de la aplicación presencial de técnicas de investigación cuantitativas y cualitativas como entrevistas estructuradas, entrevistas a profundidad y observación participante. Dichas técnicas permitieron al equipo de investigación obtener información relevante con respecto a la infraestructura tecnológica de las comunidades estudiadas y sus características socioeconómicas; así como la forma en la que los hogares indígenas se relacionan con los medios de comunicación, sus preferencias, la forma en la que modifican su comportamiento a raíz de

su exposición a los mismos y describir el cómo perciben su representación y tratamiento.

Durante la investigación, de manera espontánea se aportó también información relevante respecto al impacto de la pandemia en los usos y apropiaciones de los medios de comunicación entre las audiencias de estas comunidades indígenas.

Para la presentación de los resultados de Ahuateno se comienza con un apartado en el cual se describen elementos clave de su **Información sociocultural**, con apartados como: localización, historia, lengua, identidad, religión, entre otras; lo anterior, para brindar un contexto general que permita identificar las variables que inciden en la exposición a medios y contenidos audiovisuales.

Posterior a esto, se describe la **Disponibilidad de medios y señales de consumo** en Ahuateno abarcando temas como la infraestructura tecnológica de telecomunicaciones disponible y sus principales características, la cantidad y tipo de dispositivos para consumir contenidos audiovisuales a través de televisión, radio e internet.

Subsecuentemente se detallan los **Hábitos de consumo** de radio, televisión e internet de los participantes del estudio con variables como señales y contenidos predilectos, usos y funciones de los contenidos, entre otras.

Una vez que se conoce esta dimensión se continúa con el apartado de **Apropiación de contenidos** en el que se describe la forma en la que las audiencias interiorizan aprendizajes dada su exposición a medios y contenidos audiovisuales, y la forma en la que esto cambia su comportamiento, les estimula a crear contenidos y coadyuva en el desarrollo de un pensamiento crítico.

Por último, se integra un apartado de **Representaciones mediáticas** en donde se aborda la percepción de las audiencias indígenas participantes con respecto a cómo son representadas en medios y contenidos audiovisuales, si detectan o no estigma y estereotipos, buenas prácticas, reproducción de desigualdad y sus propuestas para mejorar dicha representación.

Con el fin de ilustrar los resultados del Estudio en Ahuateno, se muestran extractos de las entrevistas a forma de verbalizaciones y fotografías, que, a pesar de relatar realidades individuales de los hogares participantes, no

obedecen a generalidades de la comunidad incluida, ni son susceptibles a ser extrapoladas al grupo etnolingüístico que representan ni a la población indígena del país.

Cabe mencionar que los resultados completos del estudio RELACIÓN DE LAS AUDIENCIAS INFANTILES Y ADULTAS DE PUEBLOS Y COMUNIDADES INDÍGENAS CON LA RADIO, TELEVISIÓN E INTERNET, así como los resultados del ejercicio de investigación previo, publicado en 2017 que lleva por título ESTUDIO DIAGNÓSTICO DE LA RELACIÓN DE LAS AUDIENCIAS INDÍGENAS CON LA RADIO Y LA TELEVISIÓN se encuentran disponibles para su consulta a través del portal “Estudios y reportes de análisis de medios y contenidos audiovisuales”<sup>1</sup> del Instituto Federal de Telecomunicaciones y a través de su micrositio “Somos Audiencias”<sup>2</sup>; en donde se detallan aspectos teóricos y metodológicos de ambos estudios.

---

<sup>1</sup> Instituto Federal de Telecomunicaciones. (2021). Relación de las Audiencias Infantiles y Adultas de Pueblos y Comunidades Indígenas con la Radio, Televisión e Internet. [Enlace](#)

<sup>2</sup> Somos Audiencias. (2021). Relación de las Audiencias Infantiles y Adultas de Pueblos y Comunidades Indígenas con la Radio, Televisión e Internet. [Enlace](#)

# INFORMACIÓN SOCIOCULTURAL DE AHUATENO

## Ubicación

La población de Ahuateno se localiza al norte del estado de Veracruz y se encuentra ubicado entre los paralelos 21°00'06.993" de latitud norte; los meridianos 98°09'01.067" de longitud oeste, con una altitud de 186 metros sobre el nivel del mar (msnm). El poblado colinda al norte con el pueblo de Mexcatla, al sur con el ejido de La Pastoría y al oeste con el pueblo de Temocla (INEGI, 2020). Ahuateno pertenece al municipio de Chicontepepec de Tejada. La población de estudio se encuentra a 4.6 Kilómetros de la cabecera municipal en dirección suroeste y se puede acceder mediante taxis colectivos que salen del centro del municipio (Ayuntamiento de Chicontepepec, 2018).

El municipio de Chicontepepec de Tejada se encuentra ubicado entre los paralelos 20° 50' y 21° 11' de latitud norte; los meridianos 97° 51' y 98° 15' de longitud oeste; con una altitud entre 10 y 800 metros sobre el nivel del mar (msnm). Dicho municipio colinda al norte con los municipios de Tantoyuca, Ixcatepec y Tepetzintla; al este con los municipios de Tepetzintla y Álamo de Temapache; al sur con los municipios de Álamo de Temapache, Ixhuatlán de Madero y Benito Juárez; al oeste con el municipio de Benito Juárez, el estado de Hidalgo y el municipio de Tantoyuca.

Cuenta con una fisiografía característica de su ubicación geográfica que se sitúa en la provincia Llanura Costera del Golfo Norte y en provincia de la Sierra Madre Oriental, subprovincia de Llanura y lomeríos y a la subprovincia llamada Carso Huasteco (Ibid., 2018). Su topografía consta de un 54% se lomerío, un 20% de Sierra alta escarpada, un 14% de Sierra baja volcánica, un 7% de Sierra baja y un 5% de Valle con llanuras (INEGI, 2010). El clima está determinado por las condiciones atmosféricas, entre las que destacan la temperatura, la humedad, la presión y los vientos que inciden en la presencia de un clima cálido subhúmedo con lluvias en verano y cálido húmedo con abundantes lluvias verano, con un rango de

temperatura de 22° a 26°C., durante gran parte del año, así como un de precipitación de 1,400 a 1,600 mm<sup>3</sup>. Los ecosistemas predominantes son el bosque alto perennifolio y mediano perennifolio y secundario.

El bosque puede alcanzar una altura de 15 a 30 metros de altura con árboles maderables como el cedro, la caoba, encino y palo de rosa, así como especies de marrembo o chacarro, rama tinaja, barbasco, chicozapote, mulato, musgo, zapote prieto, jonote, huanacaxtle y sanoreado (Ayuntamiento de Chicontepec, 2018), Con respecto a su hidrografía, forma parte de la región hidrológica de Pánuco y Tuxpan-Nautla, con la presencia de los ríos perennes de Camaitlán y Tamozus.

El municipio tiene una superficie de 935.7 km<sup>2</sup>, que representa 1.3% del territorio estatal. El uso del suelo se conforma de un 39% para la agricultura, la zona urbana con 1%, el pastizal con un 38% y la selva con 22% de la superficie.

Cuenta con 300 localidades de las cuales 1 es urbana y 299 rurales, su cabecera municipal es Chicontepec de Tejeda (Ibid., 2018). De acuerdo con el Censo de Población y Vivienda del año 2020 del Instituto Nacional de Estadística y Geografía, (INEGI); la población del municipio total asciende a 53,858 habitantes, siendo cinco las poblaciones con mayor concentración poblacional: la Cabecera Municipal con 4,823 personas, Tlacolula con 2,252 habitantes, El Mirador con 1,319 personas, Ahuateno con 1,060 habitantes y Sasaltitla con 1,053 personas. Según el Censo de Población y Vivienda del año 2020 del Instituto Nacional de Estadística y Geografía, (INEGI), en el municipio, los hogares con hablantes de la lengua náhuatl ascienden a 45,351 habitantes.

## Historia

Ahuateno tiene el nombre de un topónimo de origen Náhuatl que regularmente se le atribuye al lugar por su característica física o material del espacio, como puede ser la flora, la fauna, la topografía o la presencia de cuerpos de agua presentes en la población. El pueblo nahua se distingue por denominar al espacio del asentamiento poblacional, a los terrenos agrícolas, los espacios forestales, los cerros y los cuerpos de agua, con base en toponimias en su lengua materna que expresan las características de los recursos naturales presentes en la zona (Carrillo et al., 1987).

El significado del nombre de la comunidad se compone de la palabra Ahuatl —encino— y tentli —labio u orilla—, que se traduce como: “En la orilla de los Encinos” (Ibid., 1987), “La cerca de los Encinos” o “A orillas del encinar” (Peñafiel, 1897). En la memoria oral, otro significado del nombre del poblado se traduce como “Lugar de agua que corre por debajo de los encinos”, que hace referencia al tipo de vegetación y los cuerpos de agua presente en la zona de la comunidad. El ecosistema predominante del bosque alto perennifolio y mediano perennifolio con árboles maderables como el cedro, la caoba, el encino, el palo de rosa y árboles frutales de naranja mandarina plátano, papaya, es el tipo de nicho ecológico que coexisten con los campos agrícolas y pastizales transformados por la interacción del hombre-naturaleza, lo cual adquiere significado en la forma en que las personas le han otorgado topónimos al espacio social ocupado.

Otro de los espacios importantes, son los cuerpos de agua de cinco pozos de manantiales distribuidos por zona de caserío o asentamiento poblacional que los ahueteneses consideraban lugares sagrados en los que los abuelos realizan ofrendas y ceremonias tradicionales ligadas a la cosmovisión nahua que define la interacción entre humanos y entidades vivas de la “tierra, maíz y agua” y la geografía sagrada que incorpora la relación cerro-agua como parte del “contexto espiritual de los mitos que se asocian con la creación primigenia y la fuente de vida”, imprescindible en la vida cotidiana de los habitantes.

Con respecto con la formación de Ahuateno, la generación de personas entre 50 y 70 años, recuerdan que ha sido un lugar en el que han vivido sus abuelos y bisabuelos por generaciones que se dedicaban principalmente a las actividades agroganaderas, como la agricultura de la milpa, la cría de ganado y la arriería o comercio local y regional. Los abuelos contaron a la generación contemporánea que las principales haciendas que existieron fueron las denominadas: La hacienda La Mora, El Gallo y la Hacienda de Acamatitlán, los cuales eran terrenos dedicados al cultivo del maíz, frijol, calabaza, chile y caña, así como zonas de potreros o pastoreo para la cría de ganado. La principal familia ganadera de la zona, fue la familia Barragán.

De acuerdo con el Diario Oficial del año 1934, un núcleo de vecinos que radican en el predio de Ahuateno perteneciente a la Sucesión Manuel A. Barragán, realizaron una solicitud de dotación de ejido, el día 25 de enero de 1927. El proceso fue turnado a la Comisión Local Agraria, conforme a



la Ley Reglamentaria de Dotaciones y Restituciones de Tierras y Aguas, de 21 de marzo de 1929. La dotación de tierras para el ejido tuvo el perfil de ser terrenos de monte alto, monte bajo y agostadero para la cría de ganado, con una superficie total de 2, 599 (dos mil quinientas noventa hectáreas) que se tomaron de las siguientes propiedades:

[...] del predio de Ahuateno, perteneciente a la sucesión del señor Manuel Barragán, con 1, 617 Hectáreas y de la finca de El Carmen, propiedad de la señora Carmen Barragán viuda de Medellín, con 973 Hectáreas [...] para cubrir la presente dotación, se decreta la expropiación de las tierras indicadas, dejando a salvo los derechos de los propietarios afectados, para que reclamen la indemnización correspondiente, de acuerdo con la ley (Secretaría de Gobernación, 1934).

Finalmente, el día 16 de julio de 1934, se declaró por Decreto Presidencial, la resolución para la dotación de tierras de 2,599 hectáreas para 225 capacitados de Ahuateno. De acuerdo con lo descrito, sobre el tipo de terrenos que fueron de monte alto, monte bajo y agostadero utilizados para la cría de ganado, tiene correspondencia con lo relatado por los lugareños del poblado que mencionaron que la principal actividad que desempeñaban sus abuelos y padres eran de índole agroganadera.

### **Características de la población.**

Ahuateno es una de las 300 localidades del municipio de Chicontepec de Tejeda que cuenta con una población de 53,858 habitantes. De acuerdo con el Censo de Población y Vivienda del año 2020, la población de Ahuateno asciende a un total de 1,060 habitantes, de los cuales 555 son mujeres que representan un 52% y 505 personas son hombres, representando un 48% del resto del poblado. Del total de habitantes se considera que un 91% de individuos son nacidos en la entidad, mientras que un 9% de las personas son nacidos en otra entidad. El patrón de nacimiento entre los habitantes se debe a que la mayoría de los hogares que conforman el poblado está integrada por personas de la misma localidad y en un menor porcentaje con mujeres provenientes de un lugar exterior a la comunidad.

Por otro lado, los habitantes y su distribución poblacional por grupos etarios representativos con respecto al rango de edad de 0 a 14 años, de 15 a 65 años y la población de 65 años y más; se distribuyen de la siguiente manera: el primer grupo conformado por 232 personas, representan un 22%; mientras que el segundo grupo etario que abarca un amplio rango

de edad, representan el 63% de la población, y finalmente, el tercer grupo conformado por 159 habitantes, constituyen un 15% del total de los habitantes.

Los grupos etarios, su distribución poblacional y representación porcentual, se toman en consideración por ser parte del foco de interés de los sectores que contemplan el estudio sobre las audiencias infantiles y adultas en la comunidad indígena. Según, los datos estadísticos oficiales, el rango de edad de 15 a 64 años, que abarcan un amplio espectro de edad entre adolescentes y personas adultas de ambos sexos, concentran el mayor número de los habitantes de la localidad y debe ser considerado como una de las características importantes del tipo de perfil de edad predominante en el lugar.

## **Identidad**

El Instituto Nacional de Lenguas Indígenas (INALI, 2009), a través de su catálogo de lenguas indígenas nacionales, reconoce al grupo etnolingüístico que habita en la comunidad de Ahuateno como "Náhuatl", término que se ha diseminado en poblaciones no indígenas del país formando parte del conocimiento popular.

A pesar de lo anterior, este grupo étnico opta por autodeterminarse como "nahuas" (INPI, 2020) que significa "hablar con claridad" el cuál proviene de la lengua nahua, la cual cuenta con treinta variantes dialectales y su nombre cambia de pendiendo de la región en la que se encuentre el grupo étnico.

## **Lengua**

La población indígena náhuatl se encuentra presente en varios estados de la República Mexicana como: Puebla, Veracruz, Hidalgo, San Luis Potosí y Guerrero, Tlaxcala, Morelos, Tamaulipas, Michoacán, Jalisco, Durango y Nayarit (Duquesnov, 2010).

En términos lingüísticos la lengua Nahua pertenece a la familia yuto-azteca con diversas variantes, entre las que se encuentra el Náhuatl de la Huasteca veracruzana presente en los municipios de Benito Juárez, Castillo de Teayo, Chalma, Chiconamel, Chicontepec, Chontla, Citlaltépetl, Huayacocotla, Iamatlán, Ixcatepec, Ixhuatlán de Madero, Pánuco, Plantón de Sánchez, Tamalín, Tantima, Tantoyuca, Tepetzintla, Texcatepec, Tlachichilco, Temapache y Zontecomatlán (INALI, 2021).

La localidad de Ahuateno y su población se auto adscriben como parte del grupo étnico nahua. Los habitantes tienen como características un uso de la lengua diferenciado conforme al grupo generacional al que pertenecen. Los adultos mayores de 60 años y más tienen una comprensión de la lengua indígena, pero han perdido la competencia lingüística del habla, mientras que los niños, jóvenes y adultos no comprenden, ni hablan la lengua en su mayoría. Según cifras oficiales, del total de la población, un 29% de los habitantes, expresó hablar la lengua indígena, mientras que un 70% afirmó no hablar ninguna lengua indígena (INEGI, 2020).

Las cifras oficiales contrastadas con lo observado en el trabajo de campo reflejan un cambio importante en el dominio de la lengua Náhuatl de la población en general. Sin embargo, debe considerarse que la pérdida del uso de la lengua no implica que desaparezcan los códigos y prácticas culturales que subyacen en su comprensión del mundo, pensamiento y forma de organización social como grupo. Actualmente existe entre varios sectores de la población, una importante labor por revitalizar el conocimiento, uso y práctica de la lengua entre las nuevas generaciones, con el desarrollo de festividades y talleres de lectura en la lengua materna.

## Religión

De acuerdo con el Censo de Población y Vivienda del año 2020, la comunidad de Ahuateno se constituye de una población que asciende a 1,060 personas de las cuales 843 señalaron pertenecer a la religión católica; mientras que 216 habitantes manifestaron ser practicantes de un grupo religioso protestante, cristiano o evangélico, y finalmente una persona declaró no pertenecer a ninguna religión. En términos porcentuales y conforme a los datos oficiales, el 80% de la población práctica la religión católica y un 20% de las personas se adscriben a otra religión no católica.

En Ahuateno existe una iglesia católica dedicada a la Virgen de Guadalupe, en la cual se realizan misas el día domingo por la mañana y la tarde, así como rosarios el día jueves. Sin embargo, los rosarios fueron suspendidos por motivos de la pandemia de COVID-19, presente en la población.

## Educación

Con respecto, al nivel educativo de la población de Ahuateno, el grado promedio de escolaridad es 9.49 años, lo cual está por encima del promedio de escolaridad a nivel municipal que es de 7.08 años y por encima del promedio de escolaridad a nivel estatal que es de 8.2 años.

Con base en las cifras oficiales del Censo de Población y Vivienda del año 2020, se puede considerar que una parte importante de la población de 18 años y más de hombres y mujeres cuenta con la educación post-básica que representan a 382 personas. Así, como la población de 15 años y más que cuentan con la educación secundaria completa que representan a 135 personas de los habitantes.

Los datos oficiales tienen correspondencia con la observación en el trabajo de campo, dado que la población se distingue por tener habitantes con grados de escolaridad de primaria y secundaria completa en gran parte de los hogares. Así como un número considerable de familias que cuentan con la educación media y superior terminada.

La población de Ahuateno cuenta con un Jardín de Niños o Preescolar que se llama "Josefa Ortiz de Domínguez", tiene aproximadamente 20 alumnos. Durante el trabajo de campo no se observó actividad escolar por motivo de la pandemia de COVID-19. Sin embargo, se estaban realizando actividades de limpieza del mobiliario y los salones de clases de los niños. También se cuenta con una Escuela Primaria, llamada "Democracia" con aproximadamente 50 alumnos y seis profesores, por motivos de la pandemia, las clases se dan de forma escalonada, intercalando los grupos de los distintos grados en los días de la semana. En la educación básica se incluye un centro educativo de Telesecundaria, llamado "Belisario Domínguez", con 173 alumnos inscritos y 7 profesores a cargo de los grupos.

Con respecto a la educación medio superior, hay un telebachillerato que cuenta con 6 grupos, con 5 profesores y 60 alumnos inscritos. En el contexto de pandemia, las clases se imparten en la modalidad a distancia, mediante las plataformas digitales de correo electrónico y el uso de la red social de WhatsApp para dar seguimiento a la impartición de las jornadas escolares semanales. El motivo por el cual, se regresó a la modalidad a distancia se debió a la presencia de un contagio de COVID-19 en un alumno que estuvo en contacto con varios alumnos del plantel. Sin embargo, los docentes consideraban volver a las aulas, una vez que

los contagios entre el personal de alumnos y docentes estuvieran en las óptimas condiciones para regresar a las clases presenciales.

### **Formas de gobierno y organización política.**

La población tiene una estructura de organización política que se divide entre la administración municipal y la agraria. Cuentan con un Agente Municipal con su respectivo Suplente, Tesorero y Vocal. El agente es la figura que mantiene comunicación constante con la presidencia municipal y es el encargado de mantener informada a la población al respecto de cualquier programa de la política pública del ámbito municipal y federal. La otra organización política tiene que ver con la tenencia de la tierra del régimen ejidal que está conformada por un presidente del Comisariado Ejidal, como titular y representante legal del núcleo agrario, acompañado de un Consejo de Vigilancia, un Tesorero y un secretario, así como la Asamblea General, conformada por los ejidatarios que son poseedores de los derechos agrarios de las parcelas.

Otro tipo de organización tiene relación con los centros educativos de nivel preescolar, primaria, telesecundaria y telebachillerato, en los que se conforman un Comité de Padres de familia y en los que participan las personas que tienen hijos en algún centro educativo del poblado.

### **Expresiones culturales y fiestas tradicionales**

La Fiesta patronal de la Virgen de Guadalupe

En la comunidad de Ahuateno la fiesta patronal está dedicada a la Virgen de Guadalupe, el día 12 de diciembre. Las personas realizan una peregrinación con la Virgen a mediodía por las calles del poblado. Ofician una misa en la que se celebran bautizos y primeras comuniones colectivas de los niños y jóvenes de la comunidad. Por la noche realizan la quema de toritos en la que se reúne toda la comunidad para ver los juegos pirotécnicos.

Los corredores guadalupanos

En el marco de la celebración de la fiesta patronal, se realiza otra festividad de una peregrinación a la Basílica de Guadalupe en la Ciudad de México, los días 10, 11 y 12 de diciembre, en la que participan los denominados "Corredores Guadalupano" pertenecientes a la población de Ahuateno.

Xantolo o "Fiesta de todos los santos"

La celebración del Xantolo es una festividad dedicada al denominado “Día de muertos”, durante los días del 30 de octubre al 2 de noviembre, Los hogares realizan los altares domésticos con arcos de flores, ofrendas con comida típica como tamales, café y pan dedicada a los familiares difuntos. Es una fecha en la que las personas estrechan las relaciones de parentesco nuclear, extenso y los vínculos del parentesco ritual, debido a que los ahijados visitan las casas de los padrinos con el intercambio de regalos en especie de comida. En el contexto de la comunidad el día 30 de octubre, se ejecuta la danza o comparsa denominada como los “Cuanegros” que se compone de tres personajes principales: una mujer, un español y un “negro” que llevan vestimenta y máscara que son personificados por hombres disfrazados. La comparsa o danza va visitando casa por casa en la que van haciendo “travesuras” o “bromas” a la gente que se van encontrando en la calle y los hogares. También se visita el panteón de la comunidad, en la que cada familia adorna con flores de cempoalxóchitl y velas las tumbas familiares, durante el 1 y 2 de noviembre.

# RESULTADOS DEL ESTUDIO

# DISPONIBILIDAD DE MEDIOS Y SEÑALES PARA CONSUMO

Con el propósito de cumplir los objetivos específicos del estudio y retratar la infraestructura tecnológica disponible en Ahuateno para consumo de contenidos, así como las señales, dispositivos y medios a los que los hogares tienen acceso; se reportan los principales hallazgos realizados a través del trabajo de campo.



**Gráfico 1. Infraestructura Ahuateno.**

La población de Ahuateno tiene acceso a diferentes tipos de señales de información y comunicación presentes en el lugar. Los hogares, en su mayoría, cuentan con el aparato de la televisión, pero la recepción depende de la instalación de una antena para poder captar la señal de la programación en los canales abiertos.

Los hogares, en su mayoría, tienen acceso al servicio de televisión abierta e instalan una antena en el techo de su casa para acceder a su programación ya que, con el cambio de la televisión analógica a la digital en el año de 2015, fue necesario realizar las adecuaciones en infraestructura. Aunque se presentan casos de hogares en los que la disponibilidad de un aparato de televisión en la casa no implica que las personas puedan ver la televisión.

Como el caso de una familia entrevistada que contaba con el aparato, pero no veía la televisión por problemas con la antena receptora de la señal abierta, señalando lo siguiente:



***"Pues la verdad, le voy a decir, ahorita no estoy viendo la televisión por qué haz de cuenta que se me descompuso la antena. Entonces, como no tenemos cable, pues no veo, está nada más la tele y no le compramos ya la antena. Entonces, no veo la televisión"***  
***(Mujer, 46 años, hogar sin niñas, niños y adolescentes)***

Con respecto al acceso en los canales de la televisión abierta se restringe a sólo cuatro señales: el Canal de Las Estrellas, el Canal 5, el Canal 7 y el Canal 13, canales de las empresas Azteca y Televisa que son las que tienen la mayor presencia en la población. La disponibilidad de sólo cuatro canales en la televisión abierta, en cierta medida condiciona que las personas tengan pocas opciones en los canales a los que pueden acceder en la vida cotidiana.



**Gráfico 2. Hogar con antena para TV abierta.**

De los hogares entrevistados que cuentan con servicio de televisión abierta y con una antena en el espacio doméstico sintonizan los siguientes canales: el Canal de las Estrellas de la empresa Televisa, con los géneros programáticos de telenovelas y noticias. En segundo lugar, el canal 5, también de la empresa Televisa, que cuenta con una programación de caricaturas y películas. En tercer lugar, el canal 7 de la empresa de TV Azteca, entre los que destacan programas de los géneros de telenovelas y noticias.

Los hogares que reciben señales de televisión abierta conforman la mayoría de la localidad y en menor proporción, los hogares que cuentan con algún servicio de paga. De los hogares entrevistadas que tienen televisión de paga destacaron que se vieron motivadas a contratar este servicio por tres razones principales: la primera se debió a las constantes fallas en la recepción de la televisión abierta y en segundo lugar por la

disponibilidad limitada de canales de este tipo de señal. En referencia a dichos factores, se expresó lo siguiente:

***"Por qué la antena no agarra todos los canales y casi ya ni hay"  
(Mujer, 66 años, hogar sin niñas, niños y adolescentes)***

***"Por qué no se veían los canales del 103, no se veían ahí y María  
Visión"  
(Mujer, 55 años, hogar sin niñas, niños y adolescentes)***

Otro de los motivos para la contratación de la televisión de paga se relaciona con el contexto de la pandemia y el cambio que hubo en las clases escolares por medio de la televisión. En ese aspecto, una madre de familia con hijas menores en la escuela primaria destacó lo siguiente:

***"Yo contraté la de paga por las clases virtuales que empezaron ya vez  
que empezaron primero por la tele"  
(Mujer, 37 años, hogar con niñas y niños)***

La diferencia entre los hogares con televisión abierta y de paga, obedece principalmente a dos condiciones en orden de importancia. El primero es el factor económico en un hogar con un ingreso que le permita destinar el monto necesario para mantener el pago mensual de una renta para la televisión de paga. Si se carece del ingreso necesario para poder contratar el servicio o existe otro tipo de prioridad en el gasto familiar, como puede ser la educación de los hijos, se opta principalmente por la televisión abierta.

El segundo factor tiene que ver con las limitaciones en la infraestructura tecnológica, la mala recepción de la señal de la televisión abierta y la preferencia por otro tipo de canales no disponibles en esta señal; son motivadores que incitan la contratación de televisión de paga.

Las empresas de televisión de paga se encuentran en la cabecera municipal de Chicontepec, ya sea mediante la instalación de cable o de una antena satelital. De los nueve hogares entrevistados, siete contaban con el servicio de paga y dos únicamente con televisión abierta. Los hogares entrevistados que cuentan con televisión de paga suelen contratar el servicio de dos compañías principales que son: Cablemax de Chicontepec y VeTV.



**Gráfico 3. Comercio con antena para TV pagada.**

La Compañía de Cablemax de Chicontepec se trata de una empresa mexicana con presencia local, dedicada a las telecomunicaciones que proporciona el servicio de televisión por cable, con un costo que oscila entre los \$100 y \$260 de renta mensual. Entre los comentarios de los usuarios para preferir la empresa señalada, se debe a distintas cuestiones, como el hecho de que el cobro de la renta lo hacen directamente en el hogar y no implica el traslado necesario a la cabecera municipal de Chicontepec. Otra cuestión se debe a que la compañía ofrece el servicio de la televisión de paga para más de un aparato televisivo, que pueden ser de hasta tres televisores con el pago del paquete básico. Como lo refirió una participante de la siguiente forma:

***"Yo tenía VeTv porque tenía que ir a pagar a Chicón y con esto de que yo no quiero salir, mejor la corté. Y me vinieron a instalar cable y ahí ellos me vienen a cobrar. Cada mes vienen. Le digo yo que ya no quisiera yo ir a pagar a Chicón. Porque puede uno conectar tres televisiones y paga uno lo mismo. Y el VeTv, no. Sí, vienen a cobrar aquí. Bueno, sí quiere uno va pagar uno a Chicón"***  
***(Mujer, 66 años, hogar sin niñas, niños y adolescentes)***

Cablemax de Chicontepec cuenta con 69 canales que incluye una barra de entretenimiento de canales nacionales, infantiles, documentales, películas, series, deportes, música, informativos, religiosos, telenovelas, culturales y de comedia.

La segunda compañía es la de VeTV, es una filial de la empresa Sky del Grupo Televisa que ofrece el servicio de televisión con una antena satelital. La compañía de VeTV, tiene la característica de contar con tarifas que son más bajas que la filial de Sky y cuenta con la modalidad

de prepago a través de recargas que se hacen cada 30 días, con un costo que oscilan entre los \$224 a los \$374 de renta mensual. Dependiendo del número de equipos conectados a la antena, el costo más bajo es de \$224 para un equipo y el segundo de \$374 para más de un aparato. Los usuarios de la compañía de VeTV han preferido dicho servicio por su flexibilidad en la modalidad de pago que se ajusta a las circunstancias del ingreso familiar. Una participante entrevistada señaló lo siguiente:

***"Sí, es que teníamos Sky, pero el Sky es más caro y, por ejemplo, si uno lo paga a tiempo, pues tiene la señal y cuando paga, o sea, se reactiva con la fecha que está estipulado en el contrato, y por ejemplo, si no tuvo para pagar 15 días y paga los 15 días, esos 15 días que no dio, igual los tiene que pagar. Y en VeTV, no, por qué ve que no tenemos señal. Si queremos pagar en diciembre que no vamos a ir a trabajar, pagamos y a partir de que pagamos corre la fecha"***  
***(Mujer, 55 años, hogar sin niñas, niños y adolescentes)***

VeTV cuenta con 67 canales que incluyen una barra de entretenimiento de canales nacionales, infantiles, documentales, películas, series, deportes, música, informativos, religiosos, telenovelas, religiosos, culturales y de comedia.

Las personas entrevistadas que tienen el servicio de televisión de paga tienen preferencia por los canales que sintonizan acorde a dos variables principales: el primero se debe al género y a la edad de los integrantes del hogar. El segundo depende de sus gustos y preferencias para elegir los canales que mejor se adecuen a sus contextos. En este sector de la población, la diversidad de canales sintonizados abarca los canales de la televisión abierta que no se logran ver a través de la antena común. Es decir, con la televisión de paga logran acceder a más canales nacionales, así como a los canales internacionales. Al respecto de la preferencia en la señal televisiva se centra de la siguiente manera.

En los hogares sin niñas, niños y adolescentes, los canales más vistos son: Canal de las Estrellas o Canal 2 de la empresa Televisa, entre los que destacan programas de telenovelas y noticias. El Canal de Foro Tv de la empresa Televisa, con programación de noticias. El canal 13 y el Canal 7 de la empresa de empresa de TV Azteca, entre los que destacan programas de telenovelas y noticias. El Canal Imagen Televisión, 103, con programas de telenovelas internacionales y noticias. El Canal de TV UNAM, con programación diversa, documentales, noticias y mesa de

análisis. El canal de María Visión, con programación de misas católicas en vivo.

En los hogares con niñas y niños con televisión de paga, los canales más vistos son: los canales de Disney Channel, Discovery Kids, Nickelodeon, con programación infantil; Discovery Channel, Discovery Home & Health, NatGeo, National Geographic Channel, con programación diversa de documentales, temáticos, viajes, entre otros. Así como los canales de Milenio Televisión, Azteca 13 o Canal 2, con programación de noticias y el canal de TDN con programación de deportes.

En los hogares con adolescentes con televisión de paga, los canales más vistos son: Disney Channel, Discovery Kids, Nickelodeon, con programación infantil; Discovery Channel, Discovery Home & Health, NatGeo, National Geographic Channel, con programación diversa de documentales, temáticos, viajes, entre otros. Así como el canal Gourmet de programación sobre gastronomía nacional e internacional. También, el canal de Milenio Televisión con programación de noticias.

El consumo de contenidos televisivos permite observar cierta diferenciación social entre los hogares debido a la condición socioeconómica, ya que, aunque se cuente con el acceso a la televisión abierta, implica una inversión en la reparación de la antena receptora de la casa y contar con el aparato, aun así, el acceso se restringe a los pocos canales disponibles. Por otro lado, la brecha económica entre las personas que pueden pagar por un servicio privado televisivo y las personas que no cuentan con los recursos necesarios para realizar ese gasto se ven limitados en las fuentes de información y comunicación a los que pueden acceder en el ámbito de la televisión.

Con respecto a la radio, la mayoría de los hogares cuentan con aparatos radiofónicos, ya sea estéreo, o pequeños radios que sólo tienen acceso a la frecuencia de FM. La frecuencia AM y sus estaciones no se logran escuchar en los hogares participantes. En estos, las estaciones más escuchadas en la frecuencia de FM, son principalmente locales o regionales, siendo la estación de la cabecera municipal de Chicontepec, la estación que las personas sintonizan con mayor regularidad.

## Condiciones y problemas de la infraestructura de telecomunicaciones.

La población de Ahuateno cuenta con una infraestructura tecnológica que se destaca por una recepción y operatividad regular en la captación de la televisión abierta con las antenas presentes en la mayoría de los hogares. Se define como una recepción regular, porque muchos hogares que cuentan con televisión de paga y con cierto poder adquisitivo para realizar el gasto de un pago mensual de renta, comentaron que los canales abiertos se veían mal o tenía defectos en la transmisión, como el irse la señal constantemente.



**Gráfico 4. Infraestructura**

**eléctrica de Ahuateno**

En relación con el espectro de la radio, los hogares hicieron referencia a que la frecuencia de AM, no llega a la zona y por eso, las estaciones que escuchan son principalmente las que se transmiten en la frecuencia de FM. Por otro lado, en la frecuencia de FM, se logran escuchar más de 10 estaciones locales y regionales. Sin embargo, la preferencia de las estaciones escuchadas se concentra en las cinco estaciones que ya han sido señaladas. La preferencia por ese tipo de estaciones tiene que ver con el gusto en el tipo de música local, como huapangos, programas que hablan de la población de la zona, ya sean culturales o informativos, así como música contemporánea.

Otro de los problemas en la infraestructura del poblado se debe a su ubicación geográfica, por encontrarse en una zona de lomerío y sierra alta escarpada con un clima de abundantes lluvias en verano existe una incidencia en el tipo de fenómenos meteorológicos de huracanes que suelen afectar las vías de acceso en los caminos y en los medios de

comunicación de los hogares, como ocurrió con el reciente huracán Grace. En ese aspecto, la autoridad local comentó lo siguiente:

***"Sí afectan las tempestades. El mes pasado sí nos hicieron descuento, como \$30 pesos algo así, porque no hubo internet varios días por lo del Huracán, ahí se cayó toda la red, haga de cuenta desde Poza Rica, toda esa parte que afectó, nos afectó a nosotros aquí. Aquí por ejemplo Cablemax, dijeron no se preocupen les vamos a hacer el descuento de los cinco o cuatro días que estuvimos sin internet"***  
***(Hombre, 55 años, hogar con adolescentes)***

### **Conectividad y penetración de internet.**

En Ahuateno, no existen puntos de encuentro con presencia de internet gratuito en espacios públicos, ya sea canchas, galeras u otros espacios. El internet gratuito que fue referido en una sola ocasión, fue en el espacio de la Escuela de Bachillerato en la cabecera municipal de Chicontepec y en la tienda Elektra, ubicada en la cabecera municipal. Aunque el Plan de Desarrollo Municipal de 2018-2020, menciona al proyecto "México Conectado" que consiste en la presencia de redes de telecomunicación de conectividad al servicio de internet en banda ancha en los sitios de espacios públicos como escuelas, centros de salud, bibliotecas, centros comunitarios o parques dicha infraestructura de conectividad al internet en poblaciones como Ahuateno es prácticamente inexistente en los espacios públicos y en las escuelas.

La carencia del acceso al Internet en el espacio escolar y en el sector estudiantil de la población ha enfatizado el grado de desigualdad que viven muchas familias con hijos que llevan las clases a distancia a través de los medios de comunicación como la televisión y el internet. En referencia a la situación del acceso al internet y el ámbito educativo local, una docente de nivel de Telebachillerato de la localidad, comentó lo siguiente:

***"Es muy elemental pero más ahorita por la situación que nos tienen muy restringidos. Ojalá sea viable el internet en las escuelas gratuito, se solicita que sea gratuito el internet en las escuelas que nos piden trabajar con muchas herramientas, imagínese todas las herramientas y hasta los cursos que nos dan, que nos imparte, ni los maestros, con los maestros trabajamos así, no nos podemos habitar, no nos podemos acostumbrar, no les podemos manejar por las misma necesidad o limitantes que existen."***

### **(Mujer, 54 años, hogar con adolescentes)**

Los hogares entrevistados que cuentan con el servicio de internet en sus casas, representan menos de la mitad de las casas de la población en general. Se trata principalmente de familias que cuentan con ingresos del sector económico terciario o de servicios como: docentes, intendentes, trabajadores de la administración municipal, trabajadores de alguna institución estatal o comerciantes. El resto de los hogares que no cuentan con internet en su domicilio, accede al servicio mediante una antena satelital privada local que funciona con fichas de recarga que tiene un costo de \$10 por tres horas de conexión. Así como el uso de locales con el servicio de cibercafés-papelería que existen en la población.

De los nueve hogares entrevistados todos cuentan con el servicio de internet y acceden al servicio mediante dos tipos de compañías que son de televisión e internet y dos compañías de Telefonía e Internet. Las cuatro compañías son las siguientes:

La primera es la Compañía de Cablemax de Chicontepec, que cuenta con servicio de paquete de televisión e internet que tiene un costo de \$950 por renta mensual. El Internet de dicha compañía consiste en 5 Mbps con un precio de instalación de \$700 y la renta mensual de \$400 por el servicio de internet. Los seis hogares que contaban con la televisión de paga de la compañía también contrataron el internet en el paquete de ambos servicios.

La segunda compañía es la de VeTv., que ofrece el servicio de televisión e internet con una antena satelital, tiene un costo que va de los \$400 a los \$545 de renta mensual por televisión e internet. De los hogares entrevistadas que contrataron el servicio con dicha empresa de televisión, ninguna contaba con el internet con la compañía, pero se hace la referencia por ser una de las opciones que existen en la zona.

La tercera compañía es Telmex, con el servicio de internet de Infinitum y tiene un costo de \$435 de renta mensual. El internet de dicha compañía consiste en 30 Mbps, sin el servicio de teléfono. Uno de los hogares entrevistadas contaba con el servicio de internet sin telefonía fija mediante dicha empresa. La cuarta compañía es Telcel, que ofrece el servicio de telefonía móvil o celular y datos para conectarse a internet. Un plan de renta de 1,000 minutos para llamadas, 500 mensajes y 1,000 MB para redes sociales, tiene un costo \$199 de renta mensual. La gran parte de los entrevistados accedían al internet mediante el pago de las



recargas de una ficha de \$100 que les duraba aproximadamente 15 días y mediante los datos del celular se conectaban a internet. En otros casos, las personas contrataron el plan de Telcel mencionado.



**Gráfico 5. Cibercafé.**

Las dos familias restantes —de nueve familias— entrevistadas que cuentan con el acceso a internet, lo hacen mediante el servicio de antena satelital local. Uno de los hogares paga la renta de \$300 mensuales para tener el servicio en su hogar y comparten el gasto de la renta con la casa vecina que son parientes consanguíneos de filiación patrilineal. Es decir, dos hombres hermanos establecidos en dos unidades residenciales distintas.

La otra familia compra fichas de Telcel y fichas de prepago de \$10 con una duración de tres horas mediante una antena satelital local disponible en la localidad. En referencia a las recargas para internet una madre de familia y su hija mencionaron lo siguiente:

***"No es internet se ponen recargas, una recarga en el ciber o así normales, ya nada más le activan el paquete para 15 días con el de \$100. Es depende lo que ponga de dinero de paga que se encuentran de todos los precios. Por ejemplo, yo le pongo \$100 y me dura 15 días"***

***(Mujer, 38 años, hogar con adolescentes)***

***"Así es una recarga normal y ya nada más le ponen la recarga al celular de \$100. Ahí en la CONASUPO es cómo si estuvieras haciendo recarga. Cuando no hay señal de Telcel, sí me compró una ficha me dura tres horas, se llama cyberplus"***

### **(Adolescente, 17 años, hogar con adolescentes)**

En la comunidad existen tres locales de cibercafés con el servicio de renta de computadoras con acceso a internet y se cobra el servicio por determinado tiempo de conexión que puede ser desde 30 minutos a varias horas. La hora de conexión tiene un costo de \$10. El ciber es el lugar al que suelen acudir los jóvenes, hombres y mujeres que necesitan realizar alguna tarea escolar o comprar las fichas de recarga de internet para conectarse a la señal. Por cuestión de la pandemia durante el trabajo de campo, no se observó mucha afluencia en uno de los locales. Sin embargo, son los espacios que existen para la compra de las fichas y la recarga para el celular o para realizar el uso de las computadoras pagando la renta del equipo por horas.

En la población de Ahuateno, existen cinco antenas satelitales que brindan servicio de internet mediante el acceso con un pago de fichas. El procedimiento para la instalación de la antena satelital son dos maneras principales. En el primero, los hogares contratan con una empresa privada local, la compra de una antena satelital que puede tener un costo entre \$10,000 a 18,000 aproximadamente. Una vez instalada la antena satelital, se paga una renta mensual a la empresa privada local y el costo de la renta oscila entre los \$1,000 a \$7,600 mensuales, dependiendo de los megabits (Mbps) por segundo con los que cuente la velocidad y el ancho de banda en el internet. El internet de la antena satelital, puede ser de 12 a 50 Mbps; de 5 a 150 gigabytes (GB) o más. La familia que contrata la antena, suele vender las fichas de pago de \$10 con una duración de tres horas de conexión a internet y de la venta de las fichas, pagan la renta de la antena.

La segunda modalidad, consiste en la contratación de la antena satelital y el costo de la antena corre por cuenta de la empresa, mientras que la familia vende las fichas de pago que regularmente son de \$10 con una duración de tres horas de conexión a internet. Del total de la venta de las fichas, se divide, mitad para la empresa y mitad para la familia que contrató la antena. En ambos casos, la familia que tiene una antena satelital en su casa, le pone el nombre del que administra el servidor con un seudónimo particular, por ejemplo: "Pepeñitos", "Internet Evolution", "Cyber Plus". Las fichas son un pequeño papel con el nombre del internet o seudónimo, el usuario con una clave y la contraseña con un número, que son los datos que se deben de introducir en el navegador de una página de internet para dar el acceso a la conexión.



**Gráfico 6. Hogar con antena satelital para consumo de contenidos a través de internet**

En el caso del internet satelital de “Pepeñitos”, es de una familia con una tienda de abarrotes; el internet satelital denominado localmente como “Internet Evolution”, se encuentra en la tienda de Segalmex Almacén Rural Diconsa, conocida como “Tienda CONASUPO”. Se desconoce el nombre oficial de las empresas que operan localmente con el servicio de la antena satelital, por qué no se encontró al miembro de la familia que realizó dicho contrato con la empresa.

El problema con el servicio del internet ya sea contratado con una compañía de televisión por cable, como Cablemax de Chicontepec o en el servicio de fichas por pre-pago con antenas privadas de internet satelital, es que, en general, suele ser inestable en la conectividad y suele fallar a lo largo del día. Un padre de familia manifestó que esos problemas en la conexión han representado una limitante en el caso de los estudiantes, como en su hija que actualmente está llevando clases de preparatoria en línea por motivo de la pandemia. En ese sentido, señaló lo siguiente:

***“Yo por ejemplo no tengo la limitante de usar el internet o el Facebook, si no hay, pues estoy digamos tranquilo, no tengo ningún problema. El problema aquí, por ejemplo, mi hija que está estudiando por qué ella sí necesita —es que se me fue el internet, es que se cayó la red—, si no se conecta por el internet, bueno por los datos, pero a veces ni eso hay. Entonces, en ese sentido sí es preocupante por sus clases. Sí, aquí nosotros es uno o dos días a la semana que no tenemos internet”***

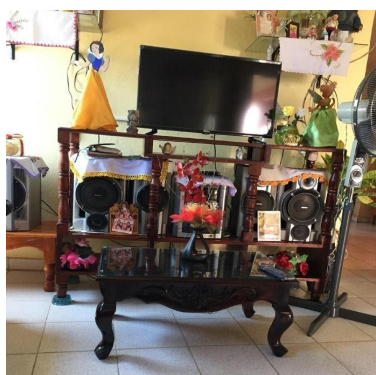
### **(Hombre, 55 años, hogar con adolescentes)**

Las principales estrategias de los hogares para conectarse a internet son de distinta índole, entre las que destacan el factor económico. Es decir, hay hogares que cuentan con el servicio de internet con alguna de las compañías señaladas (CableMax, VeTV, Telmex, o Telcel) y comparten los gastos de la renta entre dos familias para solventar el costo mensual del servicio.

Otra alternativa, en aquellos hogares que no cuentan con el servicio de internet en su hogar, es racionar las fichas de pago de internet satelital entre los miembros de la familia para mediar el gasto económico del hogar. Una alternativa más es que el padre y la madre que tienen celular y hacen la recarga telefónica al dispositivo para tener llamadas y datos de internet, les prestan el dispositivo a los hijos menores, ya sea para su entretenimiento o para cuestiones de la escuela. En el mayor de los casos, los adultos están al pendiente del uso del dispositivo que los hijos e hijas hacen del celular y el tipo de contenidos a los que acceden en internet.

### **Televisores y recepción de canales**

Los hogares entrevistados cuentan con al menos una televisión para la familia. En menor medida, se cuenta con dos o hasta tres televisiones que son los casos de los hogares que pertenecen al sector económico de docentes, intendentes, trabajadores de alguna institución gubernamental o comerciantes.



**Gráfico 7. Hogar con TV digital.**

Los lugares en los que se escuchan y ven los medios de comunicación, tiene mucha relación con la distribución de los espacios de convivencia en el interior de un hogar y el tipo de infraestructura de la casa, es decir,

el número de habitaciones-dormitorios y los demás espacios como cocina, comedor y sala o espacio de entretenimiento y recibidor.

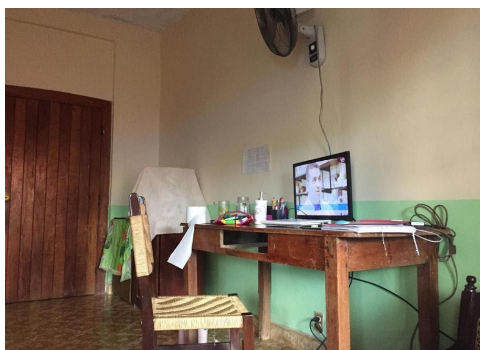
En ese sentido, las televisiones suelen estar en dos lugares principales: en la habitación o dormitorio y en un espacio compartido como la sala o recibidor de la casa. El lugar en el que se colocan los aparatos, depende del número de televisiones con los que cuenta una familia, si se cuenta con más de un aparato, se distribuyen en los dormitorios de los integrantes y otro televisor en común en el espacio de la cocina o sala. En cambio, si se cuenta con una sola televisión para una familia, suelen colocarla en un espacio compartido, como la sala o el comedor en el que conviven cotidianamente todos los integrantes de la casa. Con respecto a lo anterior, la mayoría familias entrevistadas contaba con una televisión digital para toda la familia con televisión de paga.

En el caso de un hogar de una mujer jubilada de una institución educativa, contaba con dos televisiones digitales, una en el comedor y otra en la cocina. La disposición de dos aparatos en su hogar estaba correlacionada con el tipo de rutina diaria en la que pasaban gran parte del tiempo en el interior del hogar y el entretenimiento de la televisión de paga en la cual tiene la recepción de aproximadamente 50 canales, no implica que los vea durante todo el día, ya que las actividades domésticas pueden absorber gran parte de su tiempo disponible para sentarse a ver la televisión. En ese sentido, refirió lo siguiente:

***"Pues a veces depende, por qué cuándo hago más que hacer no veo mucha tele. Como ahorita, lavé, barrí, trapeé, sacudí mi cocina, no he visto, no he visto la tele, nomás un ratito en la mañana. Pues depende cuando ando haciendo el quehacer dejó el radio prendido. Cuando ya me siento pues voy a ver la tele, pues ya lo apago"***  
***(Mujer, 66 años, hogar sin niñas, niños y adolescentes)***

En el caso de los hogares con niñas y niños, en los que se cuenta con la televisión digital y el acceso al servicio de paga con una buena recepción de canales, se disponen de dos aparatos de televisión. Uno para los adultos y otro para los menores. Sin embargo, como se ha referido, el número de aparatos depende del tipo de condición socioeconómica del hogar que cuente con los recursos para comprar más de una televisión para la familia. En el caso de una familia con un ingreso económico estable, se dispone de hasta tres televisores para cada integrante de la familia que tiene su aparato en el interior de la recámara para el

entretenimiento de cada individuo conforme a su espacio y su rutina diaria.



**Gráfico 8. Televisión ubicada en dormitorio-habitación**

En general, los hogares entrevistados que cuentan con el servicio de paga tienen una buena recepción de la señal televisiva y no presentan problemas en la transmisión de los canales con los que cuentan a su disposición. En cambio, en los hogares que no tienen televisión de paga y dependen de la señal abierta, son los casos que presentan mayor dificultad para tener una buena señal de los canales, aunque cuenten con una televisión digital y con su antena para captar la transmisión.

### **Aparatos radiofónicos y frecuencias**

El tipo de aparatos radiofónicos con los que cuentan los hogares son principalmente el estéreo y una grabadora pequeña, así como el radio de los coches particulares. Una de las características de las personas entrevistadas en relación con la radio y el tipo de aparatos, se centraba en cierto sector de la población de los adultos de 35 a 60 años o más. De los cuales, muchos hicieron referencia a escuchar la radio en los traslados por medio de un transporte ya sea público o particular y en menor medida las personas que en su cotidianidad usaban el radio y sintonizaban la programación de alguna frecuencia.

Las estaciones más escuchadas en la frecuencia de FM, son las siguientes: En la Radio UHV, conocida localmente como "Radio Chicón" (Radio comunitaria de la Universidad de la Huasteca Veracruzana de Chicontepepec) en la estación 97.9 FM. Es una estación que transmite los programas en Náhuatl y en Español. Los programas más escuchados son la música de huapango, las alusivas a las fiestas de las comunidades y el programa de noticias.

En la Radio Huaya, La Voz Campesina, en la estación 105.5 FM. La estación transmite los programas en lengua Náhuatl, Español, Tepehua y Ñu'hü

(Otomí). Los programas que son los más escuchados son los programas que hablan de las costumbres y tradiciones de los pueblos de la región.

En la Radio de la Huasteca o Tantoyuca, se escuchan programas de música de huapango que pasa de 12:00 a 13:00 hrs. Música romántica del programa de "Sonidos del Ayer" y el programa "Curandero de Dios" que pasa en la tarde. En Radio MAS, en la estación 101.3 FM, se escucha la música de salsa y baladas que pasan por la tarde. En la Radio La Poderosa, de Tuxpan, se escucha la música de baladas y pop que transmiten en la tarde.

### **Dispositivos digitales y conexión a internet para consumo audiovisual.**

Las nueve familias consultadas cuentan con teléfonos celulares, se trata del aparato que tiene mayor presencia entre los integrantes de los hogares para el consumo audiovisual con acceso a plataformas digitales. Los integrantes que suelen tener un dispositivo móvil son el padre de familia, la madre, las hijas e hijos de edades entre los 16 a 25 años de edad. El sector de los jóvenes suele tener un teléfono celular propio, principalmente por la necesidad de la comunicación y las actividades escolares, que, en el contexto de la pandemia, se convirtió en una necesidad para las clases en línea y que se sigue utilizando en la modalidad presencial. En menor medida, las hijas e hijos menores de edad cuentan con teléfono celular propio, regularmente, el dispositivo se los presta algún integrante de la familia para su entretenimiento de juegos o videos en plataformas gratuitas como YouTube.



**Gráfico 9. Hogar con adolescentes**

El teléfono celular tiene una mayor presencia en el hogar debido a que se trata de un aparato multifuncional: como medio de comunicación, como un aparato que permite el acceso al internet y a las redes sociales; así como ser un dispositivo para el entretenimiento. Dicha multifuncionalidad también se relaciona con el hecho de ser un aparato más accesible a la economía de las personas que no pueden adquirir otro tipo de dispositivos más costosos como una computadora de escritorio o una computadora portátil.

Con respecto a los hogares con computadoras de escritorio o portátiles, suelen ser pocos y representan sólo cuatro de los hogares con las que se trabajó. Se trata de personas que tienen tres características principales: el perfil socioeconómico con un ingreso estable, el tipo de actividad laboral y el tipo de integrantes familiares que se encuentran en alguna etapa de formación escolar.

El hogar con algún integrante, ya sea el padre, la madre o ambos que se dedican a la docencia en el nivel de educación preescolar, básica, media superior o superior, suelen tener el poder adquisitivo para comprar una computadora de escritorio y/o portátil que utilizan para el desarrollo de actividades escolares como: planeación de clases, programación de actividades, tareas y revisión de material audiovisual de tutoriales para algún tema a desarrollar con los alumnos. Así como el uso de plataformas de videoconferencias como el Zoom y Google Meet, que usan para las reuniones con los compañeros del centro de trabajo, directivos locales o sectoriales. También, suelen usar otras redes sociales como el WhatsApp, para mantener una comunicación constante con los alumnos y alumnas inscritos en el ciclo escolar vigente.

En este tipo de hogares que tienen hijas e hijos estudiando, puede existir la presencia de más de una computadora, ya sea portátil o tableta para el desempeño de las actividades escolares. Además del celular o dispositivo móvil para cada uno de los miembros de la familia. Con la presencia de los aparatos o dispositivos, se accede a las plataformas digitales de vídeo, como YouTube, así como a las redes sociales más frecuentadas por las hijas e hijos como puede ser el WhatsApp, Facebook, Instagram y Tik Tok.

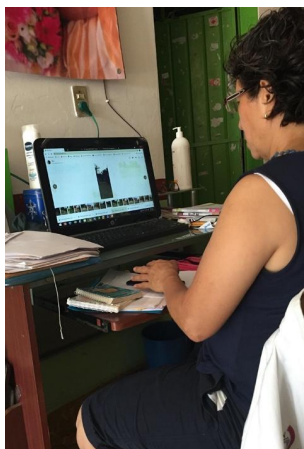




**Gráfico 10. Hogar con laptop para acceso a internet.**

En el caso de hogares con hijos o hijas que se encuentran en alguna etapa de formación escolar, pueden presentarse diferentes variables, dependiendo del poder adquisitivo de la familia.

Cuando las personas cuidadoras, laboran en actividades del sector primario, como la agricultura y la cría de animales, suelen hacer un ahorro para poder adquirir una computadora o una tableta para que las niñas y los niños que se encuentran estudiando puedan desempeñar las actividades escolares, la computadora o tableta se comparten entre las niñas y los niños del hogar. Estas acceden a distintos medios digitales, conforme a los aparatos o dispositivos disponibles y se conectan a plataformas de vídeo, como YouTube, así como a las redes sociales más frecuentadas, como puede ser el WhatsApp, Facebook, Instagram y TikTok.



**Gráfico 11. Uso de computadora para actividades laborales**

En caso de que los recursos de la familia no sean suficientes para realizar un ahorro y poder adquirir un aparato de computadora o tablet, el dispositivo que se usa con mayor regularidad es el celular para poder desempeñar las labores escolares y se combina con el uso del servicio de un local de cibercafés, ya sea en la propia localidad o en la cabecera municipal de Chicontepec. En ese sentido, el celular es el principal dispositivo disponible, para que las niñas y los niños accedan a plataformas digitales de vídeo, como YouTube, así como a redes sociales como WhatsApp, Facebook, Instagram y TikTok.

# HÁBITOS DE CONSUMO

Con el propósito de conocer a detalle los hábitos y preferencias de consumo de los participantes del estudio, se reportan los principales resultados en materia de opciones de contenidos audiovisuales a los que se tienen acceso, la función que le dan a su consumo de medios (entretenimiento, aprendizaje, entre otros) y las motivaciones que se encuentran detrás de dicha interacción. Lo anterior, en el contexto de la cotidianidad de Ahuateno.

Las personas se apropian de los contenidos audiovisuales en correlación con las labores domésticas, escolares, de trabajo y los horarios disponibles para el entretenimiento. En el caso de las personas adultas, destinan el tiempo de entretenimiento al terminar las labores de trabajo o del hogar, sobre todo en la tarde y en la noche, en la que suelen ver la televisión o conectarse a sus redes sociales.

Los contenidos audiovisuales en los tres tipos de hogares obedecen a tres principales variables: primero, el nivel adquisitivo (características socioeconómicas) en la familia para contratar distintos tipos de contenido audiovisuales de paga o gratuitos. En segundo lugar, la composición de integrantes del hogar por género y edad; y el tercero, los gustos y preferencias de los integrantes de la familia para elegir los canales que se adecuan a sus preferencias en el consumo de contenido.

En el acceso a los contenidos audiovisuales entre los hogares obedece a un amplio espectro de programas que son de cadenas nacionales e internacionales por la presencia del sistema de televisión de paga en su mayoría de canales estadounidenses que forman parte de la barra de entretenimiento de las compañías televisivas tanto en el ámbito citadino como en el rural, producto de la globalización del mercado en los medios de comunicación. Por otro lado, los contenidos audiovisuales también están disponibles por medio de las plataformas de YouTube a través de las aplicaciones en el celular, que fue señalado por gran parte de las personas entrevistadas cuentan con el dispositivo de celular.

Las niñas y los niños disponen del tiempo para el consumo de contenidos en la televisión o en las plataformas de vídeo, en razón de las actividades escolares durante la semana o los días de escuela (lunes a viernes). Es decir, al terminar las tareas escolares, es cuando se les permite ver sus

programas de televisión o vídeos en YouTube, por la tarde. Los fines de semana, es el tiempo en el que los niños y niñas, cuentan con un horario más flexible para poder ver sus programas preferidos, usar el celular de sus familiares, para los juegos o ver algún vídeo infantil en YouTube.

En el caso de los adolescentes, intercalan los horarios de clase, ya sea matutino o vespertino, con el tiempo destinado para el consumo de contenidos en las redes sociales o plataformas de vídeo, ya que muchas veces los trabajos los envían por alguna aplicación como el WhatsApp o también consultan tutoriales de vídeo de YouTube para los trabajos escolares. Así, como realizar vídeos escolares en la aplicación de Tik Tok. Por lo cual, se trata del sector que cotidianamente, suele usar durante más horas al día las distintas aplicaciones de redes sociales y plataformas de vídeo con las que cuentan en sus teléfonos celulares. Los fines de semana, cuentan con un horario más flexible para poder ver sus programas preferidos y usar el celular para el consumo de contenidos en las redes sociales o plataformas de vídeo.

## Televisión

En los hogares sin niñas, niños ni adolescentes, el tipo de contenido que se consume son programas de entretenimiento como: telenovelas "Novelas Turcas", "El Sortilegio" y "La Desalmada". Programas de noticias que suelen ver hombres y mujeres, de edad de 50 años en adelante. Programas de contenido católico en televisión, radio e internet que se presenta en hombres y mujeres que oscilan entre los 50 y 60 años.

En estos hogares, también ven programas de entretenimiento con invitados y secciones de salud, entrevistas a cantantes o artistas, como "Hoy" o "Venga la Alegría".

En los hogares con niñas y niños, los contenidos son más diversos, debido a la composición de la edad y del género de los integrantes. Los niños con edad que oscila entre los cinco y 11 años, suelen ver caricaturas como: "George El curioso", "Peppa Pig". Series y películas animadas: "Dora la Exploradora". Los programas que ven los niños, coexisten con los programas que suelen ver la madre y el padre de familia con una edad que va de los 35 a los 45 años. Las mujeres de 35 años a 40 años, ven los programas infantiles, junto a los hijos, así como programas de telenovelas como "La Desalmada". Series de "La familia peluche" o películas familiares.

Así como programas de documentales y noticias de el "Mañanero" de las 6:00 am. Los hombres de 35 años a 40, suelen ver programas deportivos como: TDN, de la Lucha Libre y el Box, Milenio Noticias, series de "Doctor Pol", documentales de Discovery Channel y películas, ya sea de acción o familiares.

En los hogares con adolescentes, los contenidos también son diversos, en razón del género y la edad de los integrantes. Las mujeres de edad entre 40 a 50 años, suelen ver contenidos de telenovelas como: "La Desalmada", programas de reality show de casos sobre problemas de los hogares como: "Caso Cerrado". Programas de "La Rosa de Guadalupe", "Cómo dice el dicho". Así, como programas informativos: "Milenio Noticias", "La mañanera", "Noticias de Foro Tv."

Los hombres de 40 a 55 años suelen ver programas de noticias de "Milenio Noticias", deportivos en el canal de TDN, series como "Alerta Aeropuerto", cocina con "Francis Mallmann" y "Rescatando Talleres". Mientras que las adolescentes con edades que oscilan entre los 12 y los 17 años, ven programas de telenovelas como: "La Desalmada". Series de "Inseparables", "La Rosa de Guadalupe", "Cómo dice el dicho", "Cake Box", "Manos a la obra", "Supervivencia" y "Tiros Mortales". De forma similar entre hombres y mujeres, suelen ver series juveniles como: "Malcolm el de en medio". Caricaturas como: "Kung Fu Panda", "Bob Esponja", "Paw Patrol", "Scooby doo" y "Gravity Falls". Así como programas en plataformas digitales por canales de YouTube, de los denominados influencers o youtubers juveniles en redes sociales, entre los que destaca Luisito Comunica, El Capi Pérez y Jimmy Fallon.



**Gráfico 12. Hogar con**

**antenas de TV de paga.**

## **Radio**

Con respecto al consumo de estaciones de radio, las personas entrevistadas que escuchan la radio tienen preferencia por las estaciones

locales y regionales. La radio suele estar en un espacio compartido como en el pasillo de los dormitorios, la sala o el patio, es decir, se trata de un dispositivo que, a diferencia de la televisión, que puede tener un uso exclusivo por miembro; en el caso del radio, generalmente se coloca en un espacio en común en el que los integrantes socializan en la cotidianidad. En ese sentido, es muy reiterado que jóvenes que no suelen sintonizar una estación de radio para su entretenimiento, conocen y saben de los programas de la radio, porque algún integrante mayor de la familia como: la madre, el padre o los abuelos, suelen poner la radio en la casa.

En el caso de las personas adultas, el consumo de programas de radio, suele ser de más tiempo en un rango de dos a tres horas al día, principalmente en el horario matutino y vespertino.

## Internet

El consumo de contenidos en internet se da a través de diversas plataformas. En lo que respecta a YouTube, este consiste, principalmente, en contenidos musicales, ya sea entre adultos y jóvenes. En segundo lugar, tutoriales que tengan que ver con temas escolares de las clases o ejercicios de alguna materia como español y matemáticas. En tercer lugar, documentales o películas disponibles en la plataforma. En cuarto lugar, los jóvenes que suelen seguir a los youtubers, entre los que destaca el personaje de Luisito Comunica.



**Gráfico 13. Celular con acceso a videojuegos.**

En los hogares sin niñas, niños ni adolescentes, algunas de las personas con inclinación a los programas católicos que acceden mediante algún

medio de comunicación se vinculan con el sistema de creencias que se refuerza en la vida cotidiana, como lo refirió una mujer de la siguiente forma:

***"Bueno, ahí sí en las mañanas me he conectado a oír una oración, pero igual como cinco minutos. De YouTube, yo lo busqué ahí. Oración de la mañana, luego también me aparece el de la noche. Pues, nada más lo busqué así, busqué oración, de la oración y ya encontré oración, y luego ya de la noche y ya me aparecieron el de la mañana y el de la noche"***

***(Mujer, 46 años, hogar sin niñas, niños y adolescentes)***

En los hogares con niñas y niños, donde en algunos habitan personas que se dedican a la docencia, suelen ver contenidos relacionados con la educación, ya sea tutoriales de algún tema en especial o material visual pedagógico para sus alumnos. Los vídeos tutoriales son sobre clases de español y cuentos infantiles que puedan ser trabajados con los alumnos de nivel primaria.

En el caso de los adolescentes, los días de la semana y las labores escolares también determinan las actividades para el consumo de contenidos en la vida cotidiana. Es decir, en su mayoría intercalan los horarios de clase, ya sea matutino o vespertino, con el tiempo destinado para el consumo de contenidos en las redes sociales o plataformas de vídeo. Los participantes que cuentan con un teléfono celular propio, son los que suelen escuchar plataformas de audio, principalmente la de Spotify o YouTube Music.

# APROPIACIÓN DE CONTENIDOS

Las personas se sienten más identificados con los contenidos de medios audiovisuales, ya sea de televisión y redes sociales que tienen relación con los acontecimientos en la comunidad y de los poblados del municipio; como pueden ser vídeos sobre las fiestas patronales, las celebraciones rituales denominados “de costumbre”, como el Carnaval, el Xantolo o Día de Muertos, Danzas y Gastronomía regional. Así como programas de radio que hablan de otras comunidades de la región de la Huasteca y que hablan en alguna lengua indígena como el Náhuatl y el Tenek o Huasteco. A las personas les llama la atención y les gusta, el contenido de los programas porque se sienten identificados con la lengua, aunque ya no la practiquen de forma cotidiana.



**Gráfico 14. Dispositivos para acceso a contenidos audiovisuales.**

Los habitantes también se sienten identificados con los contenidos que transmiten información sobre las labores en el campo, como en la agricultura o la ganadería, así como contenidos que expresen la vida cotidiana en las comunidades: cómo vive la gente en el campo, en las poblaciones y las actividades que realizan en las plazas de mercado, la manufactura local, como la elaboración de canastos y artesanías en barro, por mencionar las más relevantes. También hay una buena receptividad e identificación, con los contenidos relacionados con las noticias que ocurren en la zona, ya sean programas del gobierno,



campañas de salud y medidas preventivas de salud relacionadas con la pandemia del COVID-19.

Los gustos y preferencias de los contenidos audiovisuales se pueden correlacionar con las variables de género, ideas religiosas y étnicas de la siguiente manera.

En los hogares sin niñas, niños ni adolescentes, los gustos y preferencias de hombres y mujeres que son practicantes de la religión católica suelen ver programas de contenido religioso, como misas que transmiten en la televisión o pasajes de la biblia que escuchan en plataformas de vídeo como YouTube.

Las personas de este tipo de hogar, tienen una inclinación hacia programas de contenido que hablen de las fiestas comunitarias, como la celebración de la fiesta patronal de la Virgen de Guadalupe, los “Corredores Guadalupanos”, que es una peregrinación que realizan varios miembros de la comunidad hacia la Basílica de Guadalupe en la Ciudad de México; el Carnaval y los rituales denominados “de costumbre”, como el Xantolo o Día de muertos y aspectos sobre el significado de las ofrendas.

Los contenidos relacionados con las festividades locales y culturales de la región también coexisten con el consumo de programas de la televisión nacional (abierta) o internacional (televisión de paga), como programas de contenido sobre noticias nacionales o regionales. Así como el contenido de entretenimiento de documentales, películas y series (televisión de paga).

Entre las mujeres adultas de hogares sin niñas, niños ni adolescentes, ya sea que se dediquen al hogar o laboren en un centro de trabajo estatal, tienen preferencia por contenidos de entretenimiento de telenovelas nacionales que suelen ver cotidianamente. Así como programas sobre noticias nacionales o regionales. También, programas de entretenimiento con invitados y secciones de salud, entrevistas a cantantes o artistas, como “Hoy” o “Venga la Alegría”.

En el caso de las personas, con un perfil académico de estudios de licenciatura y que se dedican a la actividad de la docencia, suelen ver contenidos relacionados con la educación, ya sea tutoriales de algún tema en especial o material visual pedagógico para sus alumnos. Dichos contenidos, coexisten con la preferencia de programas sobre noticias nacionales o regionales, así como contenidos de programas culturales,

documentales o de entretenimiento sobre problemáticas familiares, como “Caso Cerrado” y “Cómo dice el dicho”. Ocasionalmente, también suelen gustarles las telenovelas nacionales o internacionales.

El sector de los niños y niñas, tienen preferencias por los contenidos infantiles de caricaturas, series o películas animadas. Los jóvenes, suelen preferir programas de telenovelas (en el caso de las mujeres) y documentales de diversas temáticas como viajes, naturaleza y animales. Películas de acción o de comedia. Así como programas en plataformas digitales por canales de YouTube, de los denominados influencers o youtubers juveniles en redes sociales, entre los que destaca Luisito Comunica.

### **Cambios de comportamiento**

Se pudo observar, el comportamiento de jóvenes que suelen ver programas de vídeos musicales, en los cuales, las expresiones son de gusto o comentarios por las letras o las escenas de los pasos de baile y el vestuario de los/las cantantes.

En otro caso, mujeres adolescentes que ven telenovelas y les agradan las escenas del personaje protagónico, como en la telenovela llamada “La Desalmada”, por considerarla, la historia de una mujer “empoderada”. Otro caso, de una mujer adolescente que tiene su televisión en la recámara y el aparato se encuentra encendido en el transcurso de la tarde, el comportamiento en relación con el contenido, era de prestar atención a los programas de Discovery Channel, al mismo tiempo que realizaba su tarea.

En otro momento, la televisión continuaba prendida, pero no le prestaba mayor atención porque se entretenía jugando Free Fire con el celular y platicando con alguien sobre el juego. Dicho juego se trata de un operativo de índole militar en el que van eliminando a los enemigos en cada escena en la que transcurre el juego.

En otro hogar de adultos mayores que viven con el hijo, la esposa y una niña menor de edad, la televisión se encontraba encendida en un programa de telenovela y en otra habitación se encontraba un segundo televisor con vídeos de música. En ese contexto, la mujer adulta mayor que se encontraba sentada en el pasillo de la recámara en la que se encontraba la televisión con la transmisión de la telenovela, por ratos prestaba atención a la escena y comentaba sobre la historia de la protagonista que le agradaba, porque la historia era de una mujer pobre

que se casaba con un hombre rico. El otro televisor con la transmisión de música en una segunda recámara, no era observado por nadie, solamente estaba encendida con la música sonando al interior de la habitación. La misma mujer adulta mayor, comentó que era la televisión de su hijo, al cual sólo le gustaban los programas de música y no solía ver otro tipo de programas.

Los motivos por los cuales consumen el tipo de contenido de la telenovela "La Desalmada", tiene mayor relación con el entretenimiento y con la historia de la protagonista en la que suelen comentar aspectos que les agradan del personaje, como actitudes ante la vida de la mujer que enfrenta distintos retos y cambia su carácter de "ser una mujer buena" a tornarse una mujer "vengativa" o que busca un ajuste de cuentas, como forma de hacer justicia por su propia mano. El cambio de actitud de la protagonista, es considerado como una conducta positiva o como lo denominó una joven, una "mujer empoderada" y tiene un efecto de identificación hacia un ideal de una mujer que rompe con cierta sumisión.

En el caso de las adolescentes que ven los videos musicales por medio de su celular, se trata de un consumo que tiene que ver con los gustos de la música contemporánea y de su interacción con el mundo globalizado. Es decir, el hecho de vivir en una comunidad no implica que las jóvenes se encuentren aisladas de la música contemporánea que suele verse en otros contextos sociales y justamente el acceso a los medios de comunicación permite tener una diversidad de referencias musicales más allá del contexto local y de la música denominada como tradicional de la región. En el caso de la otra adolescente que mantenía la televisión encendida en el canal de Discovery Channel, es un claro ejemplo, de lo que implica la presencia de los medios de comunicación masivos y de paga que llegan al seno del hogar de una localidad. Por lo cual, se puede considerar que los gustos y preferencias por ciertos programas de cadenas estadounidenses tienen una expansión de consumo en los hogares de las localidades de la misma forma que en las audiencias de la Ciudad.

Sin embargo, debe considerarse que el tipo de consumo de medios tiene una correlación con el tipo de perfil socioeconómico de la familia, ya que el ingreso destinado a la renta mensual para tener televisión de paga, va marcando una diferenciación entre los hogares que pueden pagar para acceder a una gama amplia de canales disponibles para el consumo y

los hogares que no pueden pagar por dicho servicio televisivo y que suelen ver los programas de la televisión abierta.

## Creación de contenidos

Los momentos claves para generar contenidos de forma colectiva se dan en las fiestas de la comunidad, como la fiesta patronal de la Virgen de Guadalupe, la peregrinación que hacen “los corredores guadalupanos” a la Basílica de Guadalupe de la Ciudad de México y el Carnaval. Así como las celebraciones religiosas como misas, celebración de cabo de año (aniversario de un fallecido) y rituales de “costumbre”, como la ceremonia del maíz en el tiempo de cosecha (septiembre-octubre). Así como eventos con música de Huapango.

En la página de Facebook del Canal 10 TV, de Chicontepec “El balcón de las Huastecas”, que sube y comparte los vídeos que envían las personas de las comunidades del municipio. En la página en Facebook, existe un grupo privado que se llama “Mi lindo Chicontepec”, en el cual, las personas comparten noticias, vídeos y fotografías de las comunidades del municipio.

Otra página de Facebook que se llama “Chicontepec Chiquito y Chulo” y suben cosas de las comunidades y del municipio. En una página en Facebook que se llama “Ahuateno, Veracruz de Ignacio de la Llave”, las personas de la población comparten vídeos y fotografías de las fiestas de la comunidad, danzas o información de noticias locales.

En el caso de la plataforma de video de YouTube no hay un espacio o canal en el que los habitantes del poblado suban sus vídeos. Las personas suben sus vídeos a la página de Facebook mencionada. Sin embargo, se hizo referencia a una joven que tiene su canal denominado como: “Así es mi vida en el rancho”, en el que sube cosas de las comunidades que hablan de la vida de las personas indígenas y de sus tradiciones y va entrevistando a la gente de distintos poblados del municipio de Chicontepec.

Por otro lado, un habitante de la comunidad que es docente bilingüe hace uso de las redes sociales y de las plataformas para difundir los contenidos sobre la lengua y la cultura Náhuatl de la región de la Huasteca. En su perfil de Facebook, ha realizado la transmisión en vivo de celebraciones y festividades colectivas relacionadas con la cosmovisión

indígena del ciclo agrícola y ceremonial de la región; como fue la celebración de La Fiesta del Maíz y del Elote, celebrada en su casa el día 2 de octubre, en la que invitó a vecinos, amigos, compadres y especialistas rituales para celebrar el agradecimiento por la cosecha del maíz. También es promotor de la lengua náhuatl y poeta de la misma lengua originaria que ha participado en medios de comunicación como en Radio Educación de la Ciudad de México, en el programa “los renuevos del sabino”, en la cual ha grabado cápsulas sobre su poesía en la lengua mencionada. Es decir, tiene un papel activo en la creación de contenidos sobre las ceremonias del denominado “costumbre” de la cosmovisión del pueblo originario referido. Así como difusión de talleres de lecturas en lengua náhuatl o eventos culturales de educación intercultural.

## **Derechos de las audiencias**

La gran parte de las personas entrevistadas no identifican o abundan en el sentido del marco legal jurídico o ejercicio de una práctica relacionada con el derecho al acceso a la información. Sin embargo, de manera indirecta o explícita hicieron comentarios en referencia a los problemas que existen en el acceso a la televisión abierta que es muy restringido y con constante fallas en la transmisión que de alguna manera nos permite acercarnos a la percepción que tienen las personas en relación con el acceso a los medios de comunicación televisivos.

En el caso de la radio, con la nula recepción de la frecuencia de AM. También se hizo referencia a dicha carencia y la predisposición a sólo poder sintonizar la frecuencia de FM. En el caso del internet y las plataformas digitales, el sector docente puso mayor énfasis en la necesidad de contar con el acceso al internet en el espacio educativo de manera gratuita como parte de las necesidades más fundamentales en el desempeño de las labores docentes y en la impartición de las clases con los alumnos en el contexto contemporáneo al que se enfrentan en su vida diaria. Dicha cuestión también nos permite adentrarnos a la percepción de desigualdad que tienen las personas al comparar el contexto local rural y las condiciones de la infraestructura que se concentra en las ciudades.

# REPRESENTACIONES MEDIÁTICAS

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

## Representaciones y estereotipos

En el aspecto de los estereotipos y representaciones en los medios de comunicación relacionados con la población indígena, la mayor parte de las personas no hicieron alusión a un programa en específico en el que identificaran un tratamiento “negativo” o “despectivo” en los medios de comunicación. Sin embargo, existió en muchos casos con las personas entrevistadas un silencio en las respuestas en las que pensaban en una respuesta adecuada al tipo de pregunta y finalmente respondieron que no lo veían. Las causas pueden obedecer a distintas razones. Una de ellas puede estar relacionada con el cambio generacional en el uso de la lengua Náhuatl, en el que existe un desplazamiento de la lengua materna por el español en las actuales generaciones y al referirse a la población indígena marcan una distancia entre “ellos” y “nosotros” o “nosotros” y los de “antes”, al referirse a los abuelos o generaciones pasadas que identifican como población la “indígena”.

Sin embargo, eso no quiere decir que no exista un sentido de pertenencia a su grupo social, sino que en términos antropológicos se trata de una apropiación de los contenidos en los medios de comunicación desde un sentido “oposicional” en el cual identifican la significación dominante del mensaje y los contenidos de los medios pero la decodificación y apropiación de los contenidos que las personas realizan se hace desde otros marcos de referencia, producto de un proceso de desigualdad que han vivido en su vida cotidiana. Por otro lado, sólo en un caso, una docente hizo referencia al Canal de las Estrellas y concretamente a la telenovela de María Mercedes o María del Barrio, en la cual expresó que

siempre representan “al indígena como tonto o el mexicano tonto, que nada más tiene la oportunidad de salir por qué se casa con un rico”. Asimismo, señaló que, por lo general, en los programas de televisión “siempre sacan al indígena como tonto o el mexicano tonto”. Ese fue el único caso en el que se identificaron estereotipos o estigmas vinculados a los pueblos o personas de procedencia indígena. En otros casos, la mayoría de los entrevistados, hicieron referencia a que casi no ven programas de televisión o de radio en los que aparezcan los pueblos o las personas de procedencia indígena de forma negativa.

### **Buenas prácticas**

La mayor parte de los entrevistados identificaron al espacio televisivo y la programación del Canal 10 TV, de Chicontepepec “El Balcón de las Huastecas”, con una connotación positiva, ya que hablan de las fiestas de las comunidades y de la lengua Náhuatl, como un contenido que les permite conocer más sobre las tradiciones de otros poblados del municipio. Así como el escuchar y aprender el significado de las palabras en Náhuatl, debido a que gran parte de la población ya no lo habla. También, se destacó a las estaciones de Radio UHV, conocida localmente como “Radio Chicón” (Radio comunitaria de la Universidad de la Huasteca Veracruzana de Chicontepepec) y Radio de Huaya, La Voz Campesina, como estaciones que difunden mucho contenido de las comunidades, las fiestas y las costumbres de las poblaciones indígenas de la región y que les parece importante para conocer más sobre los temas con los que se sienten identificados.

### **Propuestas desde la audiencia**

En general, todas las personas entrevistadas mencionaron que sí les gustaría que se transmitieran programas relacionados con su comunidad y con los pueblos de su región. Los temas que más fueron referenciados fueron: contenido relacionado con sus festividades, como el Xantolo o Día de Muertos, las ofrendas y su significado. La danza de Carnaval denominada localmente como “Cuanegros”, la cual se realiza en febrero, así como en el Xantolo y las personas se disfrazan de distintos personajes. Otros temas fueron la celebración que realizan cuando una persona fallece, el tipo de comida que preparan y la tradición de los “padrinos de la Cruz”, en la cual, las personas escogen a unos padrinos para dar la cruz del fallecido y la adornan. También hicieron referencia a programas en

los cuales se difundiera la lengua náhuatl, ya que consideran que se debe rescatar la lengua.

Otro de los aspectos, que les pareció importante que salieran en los programas, era la vida en el campo y el trabajo de los agricultores, debido a que consideran que se trata de un trabajo muy duro que implica sacrificio y esfuerzo y que en la venta de sus productos en los mercados o en las plazas, los compradores no valoran el trabajo y el sacrificio que realizan los productores para llevar las mercancías a los lugares de venta. Debido a que suelen ver que los compradores de la plaza o el mercado, llegan a “regatear” los precios con los productores y lo consideran una conducta muy injusta para los productores.

Todos los entrevistados, mencionaron que les gustaría que los programas fueran en ambas lenguas, en náhuatl y en español, sobre todo, por qué muchos de ellos ya no conocen o hablan la lengua y les gustaría aprenderla.

### **Percepción de brechas y desigualdades**

Las personas entrevistadas perciben la desigualdad en el acceso a los medios de comunicación en distintas dimensiones de la vida cotidiana. En cuestión de la televisión reconocen una restricción en la televisión abierta en cuanto a la limitación de pocos canales disponibles y la mala recepción de la señal. Así como la necesidad de contar con una antena y la reparación de dicho implemento para acceder al contenido de la programación disponible.

Por otro lado, el gasto que los hogares deben hacer para contratar la televisión de paga como un medio que les permite poder acceder a una diversidad de contenidos que no ofrece la televisión abierta y la necesidad de tener que pagar por ese servicio en el contexto educativo de la pandemia en el que las clases se daban por medio de la televisión y sólo con la contratación del servicio los hijos de familia pudieron dar continuidad a las clases. En referencia al radio, la nula accesibilidad a la frecuencia de AM y por ende la inclinación a escuchar las estaciones que se transmiten por la frecuencia de FM. En el caso del internet, las personas identifican dos tipos de desigualdades principales. La primera es la inestabilidad de la red con las fallas constantes en la señal que se presentan en la cotidianidad, por lo cual, aun teniendo un servicio de paga con alguna compañía deben tener la alternativa de otro tipo de red como los datos de internet en el dispositivo móvil para el uso cotidiano. La



segunda desigualdad que reconocen es la brecha económica entre los hogares de la población que no pueden acceder al servicio del internet por el costo monetario que implica para las personas que no cuentan con los recursos económicos necesarios para realizar el gasto cotidiano en dicho servicio.

La brecha económica y diferenciación social en los hogares es considerada como una limitante en el sentido de que muchas actividades como las del ámbito educativo cada vez requieren del uso del internet y las plataformas digitales para el desarrollo de las labores escolares cotidianas y los sectores estudiantiles de familias de bajos recursos son los más vulnerables en el rezago educativo. En ese sentido, una preocupación reiterada era la necesidad de poder tener internet gratuito en las instituciones educativas locales y lugares públicos, así como costos más accesibles en la renta mensual del pago del servicio de internet en los hogares. Con respecto al contenido de los programas sobre todo de la televisión en general, las personas perciben que no existen programas que reflejen la vida cotidiana de las comunidades indígenas y qué hablen de cómo es la vida en las comunidades rurales. Si bien, las personas no lo expresaban como reflejo de una desigualdad, lo identifican como algo común en la programación televisiva y como algo que les gustaría que fuera diferente. Lo cual se refleja en las propuestas que realizaron sobre el contenido que les parece importante que tuviera un lugar en los medios de comunicación.

# COMENTARIOS FINALES

El Estudio RELACIÓN DE LAS AUDIENCIAS INFANTILES Y ADULTAS DE PUEBLOS Y COMUNIDADES INDÍGENAS CON LA RADIO, TELEVISIÓN E INTERNET tuvo como finalidad principal obtener información que permitió describir la infraestructura tecnológica disponible en las comunidades indígenas seleccionadas, los hábitos de exposición a medios, preferencias de visionado y procesos de apropiación de sus habitantes, así como la forma en la que estos perciben su representación en medios.

En lo que respecta a la comunidad de Ahuateno, se obtuvo información valiosa de los tópicos antes mencionados que permitió al equipo de investigación realizar reflexiones en torno a cómo las audiencias de Ahuateno se relacionan con los medios de comunicación y sus contenidos.

En primera instancia, con respecto a la **DISPONIBILIDAD DE MEDIOS Y SEÑALES DE CONSUMO** se identificó que, la infraestructura tecnológica de Ahuateno permite la recepción de señales de televisión abierta, de paga, radio FM y proveedores de internet.

A pesar de lo anterior, se detectan limitaciones en la prestación de los servicios, asociadas a variables geográficas, climatológicas, una oferta reducida de canales de televisión abierta, dificultades de recepción de señal AM e inexistencia de puntos de conexión gratuita o pública a internet

En cuanto a **HÁBITOS DE CONSUMO**, se encontraron diferencias por tipo de hogar en el consumo de contenidos televisivos; siendo los hogares con adolescentes quienes más diversifican su consumo al incluir telenovelas, Reality shows, dramatizados unitarios, programas informativos, series, caricaturas, películas y contenidos deportivos.

El consumo de radio se encuentra marcado por la participación de radiodifusoras comerciales y comunitarias, en las que se opta por contenidos musicales y culturales. Estando los lugares predilectos para posicionar los dispositivos radiofónicos en espacios públicos del hogar como la sala o los pasillos.

Por otro lado, el consumo de contenidos a través de internet se encuentra caracterizado por la exposición a contenidos musicales, tutoriales

relacionados a la vida académica de niñas, niños y adolescentes, películas y contenidos de YouTubers.

En cuanto a la **APROPIACIÓN DE CONTENIDOS**, se identifica que estos son utilizados para diversas funciones que son congruentes a las realidades de los hogares participantes como: practicar sus creencias religiosas a través de programación católica, mantenerse al tanto de acontecimientos locales, nacionales e internacionales, desarrollarse profesionalmente, imitar pasos de baile y vestuarios de Influencers, promover el empoderamiento de las mujeres y experimentar cercanía con otros lugares del mundo.

Adicionalmente, las audiencias participantes son capaces de identificar situaciones en el marco de sus derechos como audiencias como la disponibilidad limitada de señales de televisión abierta y las dificultades para recibir radio AM.

Con respecto a **REPRESENTACIONES MEDIÁTICAS**, los hogares participantes identifican reproducción de estigmas y estereotipos en medios y contenidos audiovisuales, específicamente en telenovelas, que atribuyen características de ingenuidad a las poblaciones indígenas.

A pesar de lo anterior, identifican buenas prácticas en canales de televisión local y radio comunitaria; como lo son hablar con una connotación positiva del contexto indígena, contribuir a la difusión cultural y promover la lengua Náhuatl. De forma generalizada se propone la inclusión de un mayor número de contenidos en los que se hable de su comunidad.

A forma de cierre, es preciso señalar que los resultados del Estudio no sólo contribuyen a dar a conocer información sobre la relación de las audiencias indígenas con medios y contenidos audiovisuales; sino también, permiten el enriquecimiento de líneas de investigación para el diseño de políticas públicas inclusivas y específicas que promuevan el respeto y el desarrollo de los pueblos y comunidades indígenas del país.

# REFERENCIAS

- Ayuntamiento Constitucional Chicontepec, Veracruz, (2018), *Plan Municipal de Desarrollo, 2018-2021*.
- Carrillo, S., García, I., Gimete, MG., y Marquez, A. (1987). Contribución al estudio de nombres geográficos de la Huasteca veracruzana, procedentes de la lengua náhuatl, relacionados con la flora de la región, en *Reunión Regional de la División de América Latina del Grupo de Expertos de las Naciones Unidas en Nombres Geográficos: Memoria*. México: Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI).
- Documento. Procuraduría Federal del Consumidor (PROFECO), Subprocuraduría de Telecomunicaciones Dirección General de Defensa Colectiva y Contratos Adhesión de Telecomunicaciones. *Registro de contrato de adhesión de Telecomunicaciones*, número de registro 109-2020, folio FET003722CO-510296, vigencia 28/03/2023. 8 p.  
[https://burocomercial.profeco.gob.mx/ca\\_spt/Luc%C3%ADa%20Armenta%20Guzm%C3%A1n!!Cablemax%20de%20Chicontepec%20109-2020.pdf](https://burocomercial.profeco.gob.mx/ca_spt/Luc%C3%ADa%20Armenta%20Guzm%C3%A1n!!Cablemax%20de%20Chicontepec%20109-2020.pdf) (Consultado en 29 de octubre de 2021).
- Duquesnoy, M., *et al.* (2010). Un acercamiento a los pueblos indígenas de Puebla, en Masferrer Elio, Mondragón Jaime y Georgina Vences (coords.), *Los pueblos indígenas de Puebla. Atlas etnográfico* (Gobierno del Estado de Puebla, Instituto Nacional de Antropología e Historia, pp. 71-117). México: Gobierno del Estado de Puebla-Instituto Nacional de Antropología e Historia.
- Gómez, A. (2016). El agua en la cosmovisión de los nahuas de Chicontepec, en Martínez Ruiz, José Luis y Daniel Murillo (coords.), *Agua en la cosmovisión de los pueblos indígenas en México*, (pp. 101-115). México: Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales-Comisión Nacional del Agua.
- Guber, R. (2004), *El salvaje metropolitano. Reconstrucción del conocimiento en el trabajo de campo*. México: Paidós.
- 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://www.birmingham.ac.uk/Documents/college->

artslaw/history/cccs/stencilled-occasional-  
papers/1to8and11to24and38to48/SOP07.pdf

Instituto Nacional de Estadística y Geografía, (INEGI), 2010, *Compendio de Información Geográfica Municipal, Chicontepec*.

Instituto Nacional de Estadística y Geografía, (INEGI), 2020, *Censo de Población y Vivienda 2020. Microdatos - Principales resultados por localidad*,

<https://www.inegi.org.mx/programas/ccpv/2020/#Microdatos>  
(Consultado el 1 de noviembre de 2021).

Instituto Nacional de Lenguas Indígenas (INALI). (2009). Náhuatl. Catálogo de lenguas indígenas nacionales: Variantes lingüísticas de México con sus autodeterminaciones y referencias geoestadísticas. Disponible en: <http://atlas.inpi.gob.mx/nahuas-de-veracruz-etnografia/>

Instituto Nacional de Lenguas Indígenas (INALI). (2021). *Catálogo de las lenguas indígenas nacionales: Variantes lingüísticas de México con sus autodenominaciones y referencias geoestadísticas*, <https://www.inali.gob.mx/clin-inali/mapa.html> (Consultado 2 de noviembre de 2021).

Peñafiel, A. (1897). *Etimologías del nombre del lugar correspondientes a los principales idiomas que hablan en la república. Diccionario, segunda parte*. Oficina Tipográfica de la Secretaría de Fomento.

Prontuario de Información geográfica municipal de los Estados Unidos Mexicanos, (2009), *Chicontepec, Veracruz de Ignacio de la Llave*.

Secretaría de Gobernación. (1934). Diario Oficial, 9 de octubre de 1934, RESOLUCIÓN en el expediente de dotación de tierras al poblado Ahuateno, Estado de Veracruz. Tomo LXXXVI, Núm. 23, p. 638-639.