



INSTITUTO FEDERAL DE  
TELECOMUNICACIONES

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

**Hñähñu** (Otomí)  
en **El Cardonal**, Hidalgo

UNIDAD DE MEDIOS Y CONTENIDOS AUDIOVISUALES

<b>INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>3</b>
<b>INFORMACIÓN SOCIOCULTURAL DE EL CARDONAL .....</b>	<b>6</b>
Ubicación .....	6
Historia.....	6
Características de la población .....	6
Identidad.....	7
Lengua .....	7
Religión.....	7
Educación .....	7
Formas de gobierno y organización política.....	8
Expresiones culturales y fiestas tradicionales .....	8
<b>DISPONIBILIDAD DE MEDIOS Y SEÑALES PARA CONSUMO.....</b>	<b>10</b>
Condiciones y problemas de la infraestructura de telecomunicaciones.....	11
Conectividad y penetración de internet.....	12
Televisores y recepción de canales .....	13
Aparatos radiofónicos y frecuencias .....	14
Dispositivos digitales y conexión a internet para consumo audiovisual.....	14
<b>HÁBITOS DE CONSUMO.....</b>	<b>16</b>
Televisión .....	16
Radio .....	19
Internet .....	20
<b>APROPIACIÓN DE CONTENIDOS .....</b>	<b>22</b>
Cambios de comportamiento .....	23
Creación de contenidos .....	24
Derechos de las audiencias .....	25
<b>REPRESENTACIONES MEDIÁTICAS .....</b>	<b>26</b>
Representaciones y estereotipos.....	26
Buenas prácticas.....	28
Propuestas desde la audiencia.....	28
Percepción de brechas y desigualdades.....	29
<b>COMENTARIOS FINALES.....</b>	<b>30</b>
<b>REFERENCIAS .....</b>	<b>32</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 El Cardonal, en el estado de Hidalgo, 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 El Cardonal 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 El Cardonal 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 El Cardonal, 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 EL CARDONAL

## Ubicación

Con información del Sistema Nacional de Información Municipal (SNIM, 2020), el municipio de El Cardonal se localiza al noroeste del estado de Hidalgo, entre los paralelos 20° 37" de latitud norte y 99° 07" longitud oeste, con una altitud de 2,040 mts. sobre el nivel del mar.

De acuerdo con dicha fuente, El Cardonal cuenta con una superficie de 593.65 km<sup>2</sup>, que representa el 2.2% de la superficie de Hidalgo. Se caracteriza por tener una superficie plana y rocosa al ubicarse en gran medida en la Sierra Madre oriental.

Sus colindancias son: Al norte con los municipios de Nicolás Flores y Tlahuiltepa. Al sur con el Municipio de Santiago de Anaya. Al este con los municipios de Eloxochitlán y Metztitlán. Al oeste con los municipios de Ixmiquilpan y Nicolás Flores.

## Historia

El municipio de Cardonal toma su nombre en dos acepciones, primero de la palabra Hñähñu Mo´hai, que significa "tierra negra", y segundo, propiamente de Cardonal, que significa "lugar de abundancia de cardones" (Granados, 2015). Por información recabada de Instituto Nacional para el Federalismo y el Desarrollo Municipal (INAFED), este municipio fue habitado por tribus otomíes desde el siglo XVI, años más tarde Don Alfonso de Villaseca fundó el pueblo con el nombre actual.

## Características de la población.

Según datos de 2020 del Instituto Nacional para el Federalismo y el Desarrollo Municipal (INAFED) hay 9,308 hombres y 10,123 mujeres, siendo un total de 19,431 habitantes. Tiene una densidad de 32.7 hab/km<sup>2</sup>.

De acuerdo con Granados (2015) el municipio de Cardinal se caracteriza por la presencia de diversas poblaciones indígenas, siendo una de ellas

la otomí o hñähñús. En total, El Cardonal se encuentra dividido en 46 comunidades y 2 rancherías.

## 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 El Cardonal como "Otomí", 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 "hñähñü" que significa "que hablan la lengua nasal" o "los que hablan dos lenguas" el cuál proviene de las raíces "hñäh" (hablar) y "hñü" (nariz) de la lengua otomí (INPI, 2020), la cual tiene nueve variantes dialectales.

## Lengua

Según el Censo de Población y Vivienda 2020 de INEGI, en el municipio de Cardonal 10,523 personas hablan Hñähñü. Específicamente en la cabecera municipal de Cardonal 247 personas hablan Hñähñü, 247 hablan español. En la comunidad de San Miguel Tlazintla 183 personas hablan Hñähñü y 181 español. En Los Reyes 270 personas hablan Hñähñü y 181 español.

Con referencia en datos a 2015 del Instituto Nacional para el Federalismo y el Desarrollo Municipal el grado de marginación en la cabecera municipal es bajo, sin embargo, en todas las demás comunidades, de acuerdo con el Plan de Desarrollo Municipal 2020-2024 el municipio tiene un nivel de marginación alto.

## Religión

De acuerdo con el Censo de Población y Vivienda 2020 de INEGI, el porcentaje de población de 5 años y más que practica la religión católica es del 83 % y el 17 % practica otras.

## Educación

De acuerdo con el Panorama sociodemográfico de Hidalgo y el Censo de Población y Vivienda 2020, Cardonal tiene una tasa de alfabetización de 99.5 % en la población de 15 a 24 años, de 87.3 % en la población de 25 años y más. El porcentaje de población según nivel de escolaridad es de

9.0 % sin escolaridad, el 58.0 % con educación básica, el 19.1 % con educación media superior, el 13.9 % con educación superior, y 0.1 % no especificado. Según el plan de desarrollo municipal 2020-2024 se cuenta con los niveles preescolar con 45 escuelas, 48 escuelas primarias, 16 secundarias y 3 bachilleratos con el apoyo en 5 bibliotecas, 6 laboratorios y 2 talleres.

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

El Instituto Nacional para el Federalismo y el Desarrollo Municipal (INAFED) Cardonal se erigió como municipio el 6 de marzo de 1,827. El Ayuntamiento está compuesto por: 1 Presidente Municipal, 1 Síndico, 7 Regidores y 43 Delegados Municipales, teniendo un esquema de organización política y social en la que delegados municipales son elegidos a través de asambleas comunitarias en las que se participa a través del voto ciudadano (Moreno, 2006).

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

El 19 de marzo se celebra la fiesta religiosa de San José, el 8 de diciembre se honra a la Virgen de la Purísima Concepción, del 1 al 6 de abril se celebra la Preciosa Sangre de Cristo. En estas fiestas se lleva a cabo una serie de actividades como: exhibición de artesanías, juegos mecánicos, concursos de trajes regionales y diferentes actividades de carácter social, cultural y deportivo.

De acuerdo con información del INAFED, en este municipio se encuentra una variedad de leyendas y cuentos. De los más conocidos en el pueblo son: Los tres compadritos enfermos, El muchacho que vio una muchacha y Pedro Ordimala.

# 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 El Cardonal 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. Antena para la recepción de señal de radio.**

Con base en los datos obtenidos en esta investigación se puede señalar que la cabecera municipal ofrece el servicio de correo postal, así como señal de radio AM y FM, televisión de paga con compañías como: VETV de grupo Televisa y SKY, televisión abierta con antena aérea. Internet y telefonía fija con compañías como: Radiocomunicaciones de Ixmiquilpan (RADIX) se menciona que es una de las empresas de servicios de internet con más impacto en la cabecera municipal y algunas comunidades de Cardonal, tal y como se comenta:

***"RADIX es lo que más hay por acá, viene desde Ixmiquilpan, de hecho, tenemos que ir a pagarlo hasta allá cuando nos lo cortan"  
(Hombre, 20 años, hogar con adolescentes)***

Los servicios de internet móvil, que se usa en unidades habitacionales donde no llega ninguna compañía, como es el caso de la localidad de San Miguel Tlazintla, se utiliza un dispositivo que se recarga en OXXO solo en el municipio de Ixmiquilpan, tiene por nombre NetWey, que, precisamente es una empresa que se caracteriza por hacer servicios de prepago, una de las entrevistadas comenta lo siguiente:

***"Acá en el Cubo (colonia de San Miguel Tlazintla) no llega nada, algunas veces hasta Telcel falla, pero ocupamos este dispositivo que funciona como modem, pagamos alrededor de 250 pesos por mes en OXXO, está registrada mi dirección para el pago..."***  
***(Mujer, 39 años, hogar con adolescentes)***

En cuanto al internet fijo sin telefonía este lo otorgan compañías como: ZONA WI FI e ITMEX, y los cobros se hacen por medio de recibos. Los entrevistados comentan que no llegan los servicios de internet como Telmex:

***"A Cardonal, no llega Infinitum de Telmex, solo compañías que le hacen la competencia a RADIX"***  
***(Mujer, 30 años, hogar con niñas y niños)***

En telefonía móvil se cuenta únicamente con el servicio de Telcel que es compañía de América Móvil, el entrevistado indica:

***"Puro Telcel, no llega Movistar o Iusacell, es diferente que allá por Tlahue, allá puro Iusacell, hay unos que hasta tienen 2 teléfonos para poderse comunicar más barato"***  
***(Hombre, 69 años, hogar sin niñas, niños y adolescentes)***

En el rubro televisivo, se sintonizan diversas señales a través de servicios de televisión de paga como Azteca Uno, Canal de las Estrellas, Imagen televisión, Canal 5, Azteca 7, Canal 11, entre otros.

## **Condiciones y problemas de la infraestructura de telecomunicaciones.**

Las dificultades de acceso a internet se deben en varias ocasiones a las condiciones climáticas como se puede analizar en el siguiente comentario:

***"Cuando hace aire o llueve mucho, se cae todo: el cable, la red de celulares y hasta el teléfono de casa."  
(Hombre, 32 años, hogar con niñas y niños)***

La cordillera montañosa que caracteriza al municipio permite que solamente a la cabecera municipal lleguen los servicios de internet antes mencionados: RADIX, ZONA WIFI e ITMEX; mientras que en las zonas más alejadas sólo se cuenta con el servicio de RADIX.



**Gráfico 2. Infraestructura de telecomunicaciones**

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

Los puntos de encuentro con internet gratuito en Cardonal y sus localidades son la plaza central Jesús Zenil en la cabecera municipal de Cardonal, donde llega el internet gratuito por parte de RADIX con buena señal, sin embargo, la presencia del viento u otras alteraciones climatológicas contribuyen al debilitamiento de la señal. Otros puntos de conexión gratuita a internet son las plazas de las comunidades de San Miguel Tlazintla y Los Reyes, en las que RADIX también oferta el servicio.

***"Acá en los Reyes quitaron el internet porque los chavos solo iban a perder el tiempo a la plaza, de todos modos, ni servía bien"  
(Hombre, 37 años, hogar sin niñas, niños y adolescentes)***

***"Aquí en la plaza siempre hay buen internet porque está la presidencia, si se va en la plaza quiere decir que ellos tampoco tienen y pues lo mantienen bien para que puedan trabajar"  
(Adolescente, 14 años, hogar con adolescentes)***

## Televisores y recepción de canales

Los hogares entrevistados cuentan al menos con un televisor y es necesario señalar que ningún equipo es Smart TV. Los hogares, aunque cuentan con el servicio de televisión de paga, suelen acceder a canales de la televisión abierta con antena aérea, específicamente se encontró un caso que no cuenta con antena aérea ni servicio de televisión de paga y se comenta:

***"Yo veo un DVD que pongo todas las mañanas, es la misma película, pero me gusta verla (no recuerda el nombre)"***  
***(Niña, 10 años, hogar con adolescentes)***

Un entrevistado hace mención que incluso, aun cuando no acostumbra a ver la TV, la vivienda cuenta con antena aérea:

***"Llego a ver televisión en los fines de semana que voy a ver a mis papás a su casa, solo por convivir con ellos, porque aquí en mi casa tiene tanto tiempo que no veo la tele que no sé si aún sirve, fue de esas que regaló el Peña Nieto"***  
***(Hombre, 37 años, hogar sin niñas, niños y adolescentes)***

Toda esta información da como resultado que en los hogares sin niñas, niños ni adolescentes se cuenta con 3 televisores, con SKY, televisión abierta y VETv. En los hogares con niñas y niños tienen 5 televisores, con RADIX y televisión abierta. Mientras que en los hogares con adolescentes existen 3 televisores, 2 con antena aérea y una que se utiliza con DVD. En total suman 11 televisores.



Gráfico 3. Hogar con

recepción de televisión satelital.

antena de

## Aparatos radiofónicos y frecuencias

De los 9 hogares, cinco cuentan con radio, dos con minicomponentes o estéreos con radio integrada y dos más con bocinas donde sintonizan la radio. En algunos comentarios, se puede visualizar que la radio formar parte de la vida diaria, sin embargo, en algunos casos se presentan escenarios contradictorios:

***"Escucho la radio todo el día, pero no le pongo atención más que cuando pasan las canciones que me gustan, podría poner que escucho la radio 12 horas al día, pero sinceramente le pongo muy poca atención"***

***(Mujer, 41 años, hogar con adolescentes)***

Un caso diferente sucede con los adultos mayores:

***"Aquí en la casa está prendida todo el día la radio, es para que piensen que estamos aquí cuando me voy a trabajar, pero también pongo la radio en mis tierras, o sea aquí en la casa está prendido, pero nadie lo oye"*** (Mujer, 41 años, hogar sin niñas, niños y adolescentes)

Un integrante de un hogar sin niñas, niños ni adolescentes menciona que acostumbra a escuchar programas sobre medicina tradicional desde su bocina:

***"En la bocina pongo radio Actopan, la agarra re bien, mejor que la de Cardonal, ahí me pongo a escuchar las recetas para curar"***  
***(Hombre, 47 años, hogar sin niñas, niños y adolescentes).***

En total, se identificaron 8 dispositivos para sintonizar la radio siendo los hogares sin niñas, niños ni adolescentes los que tuvieron un menor número de dispositivos (1 radio con AM y FM y 1 bocina AM y FM), en comparación con los hogares con niñas y niños (2 radios con AM y FM y 1 bocina con AM y FM) y los hogares con adolescentes (3 radios con AM y FM).

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

La posesión de dispositivos para conectarse a internet no fue homogénea en todos los hogares, identificándose uno sin niñas, niños ni adolescentes

en donde no se contaba con ningún dispositivo con esta función. Variable que pudo atribuirse a la edad de los participantes.

***"Los celulares que tenemos son solo para llamadas y alguno que otro mensaje, no ocupamos WhastApp, mis hijos solo me llaman de Estados Unidos al celular o cuando no entra o no hay señal me llaman a la casa de un familiar que tiene teléfono fijo"***  
***(Mujer, 63 años, hogar sin niñas, niños y adolescentes)***

Los dispositivos digitales de conexión a internet, específicamente celulares son los más utilizados por niñas, niños, adolescentes y adultos para actividades relacionadas con tareas académicas o comunicación por trabajo, y se señala:

***"En el celular hago casi todo, hasta las tareas de mi hijo"***  
***(Mujer, 30 años, hogar con niñas y niños)***

En el caso específico de un hogar con niñas y niños se hace mención de que su hijo lo realiza todo en la tableta:

***"Mi chavo es el que ocupa la tableta, me la dan de mi trabajo, pero la verdad él la trae para sus tareas, ya la maneja mejor que yo"***  
***(Hombre 32 años, hogar con niñas y niños)***

En el caso de un hogar con adolescentes, el único con computadora de escritorio, se pudo analizar que la computadora no funcionaba:

***"Ahí está la computadora, pero no sirve de pronto prende y luego se apaga, ni siquiera deja hacer trabajos"***  
***(Hombre 41 años, cabecera municipal Cardonal)***

La posesión de dispositivos para conectarse a internet en El Cardonal dio como resultado la posesión de 17 celulares, 2 laptops, 1 computadora de escritorio y 1 tableta; siendo los hogares con adolescentes aquellos en los que se tuvieron un mayor número de dispositivos.

# 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 El Cardonal.

## Televisión

El consumo de contenidos televisivos mostró diferencias por tipo de hogar. En los hogares con niñas y niños tuvo como principal función el entretenimiento, especialmente a través de caricaturas y contenidos deportivos. A pesar de lo anterior, se identificó un marcado consumo de contenidos orientados a la adquisición de conocimientos; especialmente a través de señales de paga.

***"Nos gusta cuidar de los animales y mi hijo y yo vemos Animal planet para poder más sobre animales que no son de por acá, le trato de enseñar el cuidado de la naturaleza"***  
***(Hombre, 32 años, hogar con niñas y niños)***

Los contenidos televisivos también proveen de aprendizajes para la vida cotidiana a las personas participantes del estudio, a través de la transmisión de mensajes que les enseñan cómo hacer nuevas amistades o sobre las experiencias de otras personas a lo largo del mundo.

***"Me gusta Bob esponja, a mí y a mi primo porque es educativo, te enseña cómo hacer amigos"***  
***(Niño, 9 años, hogar con niñas y niños)***

***"Me gusta ver ese programa porque mi familia y mi esposo son soldados en Estados Unidos"***  
***(Mujer, 30 años, hogares con niñas y niños)***

Además de estas funciones, las personas adultas de estos mismos hogares priorizan el acceso a la información; lo anterior, porque les ayuda

a tomar decisiones en su vida cotidiana y laboral, como conocer el precio de la gasolina.

***"Como comerciante siempre hay que estar al día, luego la gasolina sube un buen y no avisan, ya hasta que llegas y todo sale más caro, por eso igual veo noticias"***

***(Mujer, 30 años, hogar con niñas y niños)***

También destaca la función de las personas adultas de este tipo de hogares en la supervisión del consumo de contenidos de sus hijas e hijos a través de límites y restricciones. Lo anterior porque estos se tienen que levantar temprano para realizar sus labores o porque en diversos casos se considera que en horarios nocturnos pueden encontrar programación de contenido sexual o de violencia.

***"No me dejan ver ya noche la tele, por la escuela"***

***(Niño, 9 años, hogar con niñas y niños)***

Entre las principales menciones a señales y contenidos estuvieron Bob Esponja, películas de Disney, Desafíos del juego, Aristegui Noticias, Animal Planet, Fox Sports y los Jóvenes Titanes.



**Gráfico 4. Dispositivo receptor de televisión de paga.**

En los hogares con adolescentes destaca que la principal función que motiva el consumo de contenidos televisivos es el entretenimiento, aunque también destaca la exposición a documentales en el plano educativo.

A pesar de lo anterior, en ningún hogar con adolescentes se realizaba seguimiento de programas académicos a distancia relacionados con la

pandemia por COVID-19, debido a que todos se encontraban en esquemas a través de los cuales sus profesores asignaban tareas directamente.

***"Al principio a mi hermanita sí la ponían a ver las clases de la tele, pero se atrasó un buen y luego el profesor les cambió todo, ya les mandaba tareas por WhatsApp y le mandaba a mi mamá las presentaciones"***

***(Adolescente, 14 años, hogar con adolescentes)***

En este tipo de hogar también resultó crucial la participación de las personas adultas en el control parental de contenidos. En donde se pudieron observar restricciones a contenidos con imágenes violentas o sexuales.

***"Luego no los dejó ver ese Malcom, porque son muy groseros, su mamá los deja hacer de todo luego estos quieren copiar"***  
***(Mujer, 48 años, hogar con adolescentes)***

***"Mi hermano luego en la noche quien sabe qué ve, pero para que mi mamá no lo vea en su celular se pone debajo de las cobijas, un día no quiso levantarse a sus clases porque no había dormido nada"***  
***(Niña, 10 años, hogar con adolescentes)***

Entre las principales señales y contenidos consumidos por este tipo de hogar se encontraron Milenio, Venga la Alegría, Expreso de la mañana, Despierta Noticias, Fútbol y Malcom el de En medio.

Por otro lado, en los hogares sin niñas, niños ni adolescentes, predominó el consumo de contenidos orientados al aprendizaje y entretenimiento, como son los programas de cocina y acción, tal como se comenta:

***"Yo aprendo de las recetas que pasan en los programas de en la mañana en la televisión, ya cuando llega mi marido a veces tengo recetas que vi en la tele, solo por entretenerme"***  
***(Mujer, 63 años, hogar sin niñas, niños y adolescentes)***

***"A mí me gustan las películas de balazos, esas de acción, luego en Golden o en Canal 5 salen buenas, sólo las veo por entretenimiento después del trabajo o los fines de semana"***

***(Hombre 69 años, hogar sin niñas, niños y adolescentes)***

Asimismo, se mostró una tendencia por consumir contenidos noticiosos, ya sea nacionales o internacionales para conocer sucesos en distintos ámbitos políticos, sociales y culturales.

***"Como funcionario debes de saber todo lo que pasa en tu municipio y cerca, por ejemplo, con lo que pasó en el río Tula, luego se dicen cosas solo de lo que pasa cerca de allá por Ixmiquilpan, pero por acá también afectó"***

***(Hombre, 41 años, hogar sin niñas, niños ni adolescentes)***

## **Radio**

Los hábitos de consumo de radio en los hogares participantes se caracterizan, en su mayoría, por escuchar contenidos en su propia lengua. Razón por la cual refieren sentirse identificados por los programas educativos, musicales e informativos que son transmitidos a través de la radio comunitaria.

Los contenidos informativos se muestran relevantes para las personas participantes del Estudio, ya que les permiten estar informadas de lo que pasa en la región y de los programas sociales promovidos por las autoridades gubernamentales:

***"Luego en la radio te dicen a donde dirigirte para aprovechar programas que da el gobierno, salen programas luego para comprar animales baratos"***

***(Hombre, 47 años, hogar sin niñas, niños y adolescentes)***

A pesar de lo anterior, también se identifica consumo de contenidos de radio comercial, en especial aquellos en los que se da información sobre plantas medicinales o herbolaria; misma que algunas de las personas participantes utilizan en su cotidianeidad.

También se identifican diferencias por tipo de hogar en el consumo de contenidos radiofónicos, encontrando que, en la mayoría de los hogares se registraron menciones sobre la radio comunitaria.

En los hogares con niñas y niños destacan Radio Mojarra y XECARH. Mientras que en los de adolescentes destacan los programas de esta

misma radiodifusora comunitaria, en especial, los noticieros, programas musicales, programas orientados a los jóvenes y culturales.

***"Hay música que solo me gusta a mí y algunas veces cuando me gustan las canciones, hasta me pongo a bailar"***  
***(Mujer, 39 años, hogar con adolescentes)***

En este tipo de hogares se identificaron menciones a El barista, Cuenta Cuentos y Las rancheritas huastecas.

***"Me gusta ver el Barista porque te enseña saludos en Hñähñu"***  
***(Hombre, 20 años, hogar con adolescentes)***

***"Siempre escucho las rancheritas huastecas porque la música que pasan es de la región, un día salió mi primo en la radio con su grupo de huapango"***  
***(Mujer, 48 años, hogar con adolescentes)***

***"El programa del Barista y el que Cuenta cuentos, nos gusta un buen luego pasan cosas de terror de leyendas de por aquí que uno nunca había escuchado"***  
***(Mujer, 48 años, hogar con adolescentes)***

Por último, en los hogares sin niñas, niños ni adolescentes se mencionaron diversas emisoras para el consumo de contenidos como Radio Mezquital, XECARH, Que buena Ixmiquilpan, Radio Tula y Radio Actopan.

## **Internet**

En congruencia con lo expuesto en el apartado de disponibilidad de medios y señales para consumo. La exposición a contenidos a través de internet muestra limitaciones al depender, en las localidades alejadas de la cabecera municipal, de un solo proveedor de este servicio.



### Gráfico 5. Modem para la recepción de internet inalámbrico

En otras comunidades, existe un sistema de recargas de OXXO al cual se accede a mediante un modem de prepago. Sin embargo, este servicio no esta disponible en todos los municipios de acuerdo con la información proporcionada por las personas participantes.



Gráfico 6. Proveedor de servicios de internet

Asimismo, se identificaron preocupaciones en las personas adultas con respecto al control parental. Mismas que se encuentran en función de que sus hijas e hijos puedan acceder a contenidos sexuales a través de internet.

***"Pues si de repente yo creo que a veces es a donde ahorita vienen siendo le digo las series estas muy groseras o se ha dado en los adolescentes ver lo de pornografía, o que les según virus verdad y todo eso que, es lo primerito que buscan, eso lo que sí está mal"***  
***(Mujer, 48 años, hogar con adolescentes)***

El consumo de internet también mostró variaciones a raíz de la pandemia, mismas que se traducen en un aumento en la exposición a contenidos para la realización de diversas actividades como buscar información y entregar tareas. Mismas que resultaron cruciales para concluir grados académicos e impactar positivamente en el aprovechamiento escolar.

# APROPIACIÓN DE CONTENIDOS

Como parte de los resultados obtenidos, se presenta información detallada sobre los procesos de apropiación a través de los cuáles las audiencias de El Cardonal adecúan los contenidos a sus realidades comunitarias, modifican su comportamiento, crean contenidos y valoran sus derechos como audiencias.



**Gráfico 7. Hogar con niñas y niños**

Los procesos de apropiación de contenidos audiovisuales de El Cardonal se dan primordialmente a través de contenidos radiofónicos. En los que, mientras realizan otras actividades, las personas entrevistadas introyectan códigos culturales que coadyuvan a la preservación de su identidad. Así, por ejemplo, a través de la radio se aprende vocabulario de la lengua Hñähñu, formas de saludarse, creencias religiosas, aspectos históricos y conocimiento sobre personajes sobresalientes para la comunidad y el país.

***"Yo veo la tele siempre que salgo del trabajo, ando en el campo y pues allá no puedo ver la tele, pero me llevo algunas veces uno de los trabajadores se lleva la radio y la escuchamos trabajando"***  
***(Hombre, 69 años, hogar sin niñas, niños y adolescentes)***

***"Me gusta ver el Barista porque te enseña saludos en Hñähñu, pero también en el programa del Cuentacuentos aprendes un buen, ese sí lo escuchamos todos en la casa, lo pasan los sábados"***  
***(Hombre, 20 años, hogar con adolescentes)***

Por otro lado, en los hogares con adolescentes se observó como los procesos de apropiación trascendieron a los contenidos radiofónicos pudiéndose observar en los de televisión. En distintos escenarios se identifica que al tratar de apropiar alguna forma de expresión de sus series o películas favoritas han sido reprendidos por imitar acciones que no son de agrado para sus padres:

***"Mamá sí me ha regañado porque un día dije una mala palabra como lo decían en Malcom, pero no fue porque yo hablé así, sino por un chiste"*** ***(Adolescente, 14 años, hogar con adolescentes)***

En lo que respecta a los hogares con niñas y niños, se observó la forma en la que estos adecúan su comportamiento con respecto a sus hábitos de consumo en función de quien los acompaña. Encontrándose casos en los que niñas y niños refirieron no consumir determinados contenidos frente a sus madres y padres, pero sí frente a otras personas.

***"Había un programa que me gustaba, pero solo veía cuando me quedaba con mi abuelita, porque era más noche y mi papá cuando estamos en casa no me deja verlo, pero encontré otro y lo veo después de hacer mi tarea"***  
***(Niño, 9 años, hogar con niñas y niños)***

## **Cambios de comportamiento**

Se observaron cambios de comportamiento a raíz del consumo de medios y contenidos audiovisuales en hogares con niñas y niños y en hogares con adolescentes. En los primeros se observó una apropiación de la lengua otomí a partir de los contenidos de que transmiten en radio, asimismo, refirieron estar más preocupados por cuidar la naturaleza a raíz del consumo de documentales en televisión de paga.

***"En Animal planet, te enseñan a como no dañar a los animales y la verdad me gusta por eso, he aprendido a cómo cuidar de los pájaros"***  
***(Niño, 9 años, hogar con niñas y niños)***

Por otro lado, la apropiación de contenidos en hogares con adolescentes se da en dos sentidos. En primera instancia, y al igual que con los hogares con niñas y niños, se observó una tendencia a apropiarse de vocabulario de la lengua otomí. En segundo lugar, se observaron cambios de rutina de las y los adolescentes; en las que dedican más tiempo al consumo de contenidos, conducta con la que sus madres y padres no están de acuerdo.

***"Este chamaco ya no convive con nosotros, se la pasa pegado del juego ese Free Fire, luego ni las tareas hace"***  
***(Mujer, 39 años, hogar con adolescente)***

***"Luego no los dejó ver ese Malcom, porque son muy groseros, su mamá los deja hacer de todo, luego estos quieren copiar, pero me los traigo al día o les apago la tele"***  
***(Mujer, 48 años, hogar con adolescentes)***

## **Creación de contenidos**

Se puede señalar que el único participante de este Estudio en la región de El Cardonal que genera contenido para redes sociales es un youtuber de la comunidad de Los Reyes, que se encarga de crear y difundir contenido referente a la cosmovisión de su comunidad, particularidades gastronómicas y la música que él mismo crea, ya que también es hiphoper y músico en su lengua.

***"Hago videos de lo que se vive aquí en la región, por ejemplo, la barbacoa, el pulque, todo cuando no estamos haciendo música"***  
***(Hombre, 37 años, hogar sin niñas, niños y adolescentes)***

Adicionalmente, se observaron dinámicas de creación de contenidos de imágenes, audio y vídeo dentro de otros hogares a forma de mensajes de WhatsApp como materiales escolares, mensajes de voz y fotografías.

***"Las tareas que hago se las comparto a mi profesor por WhatsApp y por ahí mismo me envía las calificaciones, así le hacemos en mi escuela"***  
***(niño, 10 años, hogar con niñas y niños)***

## **Derechos de las audiencias**

Los hogares participantes no hicieron mención explícita a los derechos de las audiencias. A pesar de lo anterior, expresaron su comodidad por los contenidos transmitidos por radio XECARH al transmitir respetuosamente su cultura, sus raíces y su lengua.

***"Aquí la radio nos lanzó como estrellas del Cardonal, ya habíamos salido en otros programas, pero aquí de donde somos no nos conocían y la radio nos ayudó mucho"***

***(Hombre, 37 años, hogar sin niñas, niños y adolescentes)***

Los contenidos con los que más se asocian las prácticas sociales en los hogares con niñas, niños y adolescentes tienen que ver con lo que no saben sobre su propia comunidad, pero que les gusta indagar sobre sus costumbres y lo comparten con su familia en algunos casos en EUA, así se comenta:

***"He hablado con mis primos que están del otro lado y me dicen que les gustan caricaturas que no conozco, pero cuando les digo palabras en otomí ellos me preguntan que de dónde las aprendí, y es cuando escucho la radio aquí en casa o con mi abuelita"***

***(niño, 10 años, hogar con niñas y niños)***

# REPRESENTACIONES MEDIÁTICAS

Como parte crucial del trabajo de campo, se presentan los resultados sobre la percepción que las audiencias de El Cardonal 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.



**Gráfico 8. Antena de telecomunicaciones**

## Representaciones y estereotipos

Dentro de todos los tipos de hogares con los que se trabajó, no se identificaron comentarios negativos referentes a la reproducción de estigmas y estereotipos. Se pudo apreciar que, dentro de la digitalidad, las redes sociales, así como la televisión abierta o de paga y en la radio, no se detectan aspectos negativos, al contrario, específicamente con la

programación en la radio se pudieron analizar comentarios positivos referentes a su representación como grupo originario.

Específicamente en los hogares sin niñas, niños y adolescentes la representación e identidad se vincula con la radio, incluso uno de los entrevistados comenta que la estación radiofónica realizó la difusión a su trabajo como músico, asimismo, señala que en el contenido que genera para las redes sociales y plataformas siempre hace énfasis en el orgullo de ser indígena y practicar sus costumbres:

***"La verdad en la radio siempre ha dicho cosas positivas de nosotros los indígenas, de hecho, yo crecí como músico por la radio, siempre orgullosos del talento local y ayudando a difundir"***  
***(Hombre, 37 años, hogar sin niñas, niños y adolescentes)***

***"En mi contenido en YouTube siempre hago ver lo bonito de nuestras costumbres"***  
***(Hombre, 37 años, hogar sin niñas, niños y adolescentes)***

En el tipo de hogar con niñas y niños se vinculó a la radio con aspectos positivos que refieren a la identidad desde pequeños:

***"Mi tía habla otomí y cuando la veo, ella me pone a escuchar la radio para que aprenda, dice que por lo menos sepa los números en otomí, pero a mí me gustan más los cuentos, siempre hablan mucho de cosas buenas y aprendo"***  
***(Niño 9 años, hogar con niñas y niños)***

Con familias del hogar con adolescentes se distinguen los mismos comentarios positivos sobre la influencia de la radio en su representación:

***"Yo he aprendido mucho desde pequeño a respetar a los nuestros, yo no hablo lengua, pero mis abuelos sí lo hacían y la radio me ha enseñado hasta cómo expresarme, aquí en el municipio hay muchas personas que todavía hablan otomí"***  
***(Hombre, 20 años, hogar con adolescentes)***

Se puede analizar que la radio fortalece la identidad y en la mayoría de sus programas motiva a la población con contenido que vincula factores identitarios que van desde el conocimiento de su historia, cultura y

prácticas sociales, hasta el apoyo a creadores artísticos de la región con difusión.

## **Buenas prácticas**

Hay programas con un impacto social muy importante dentro de la comunidad radioescucha que enaltece a la identidad indígena, como pueden ser: Las Rancheritas Huastecas, El barista y Cuentacuentos. Los entrevistados manifiestan su identificación con estos programas pues encuentran elementos simbólicos que relacionan con la historia de la región, aspectos culturales como música, mitos y rituales. En ellos, se puede percibir un interés por el anunciamiento de festividades o incluso situaciones de riesgo como lo sucedido con el desastre natural que afectó la zona hace un par de meses, específicamente la inundación de la ciudad de Tula e Ixmiquilpan por el desborde del río Tula, ocasionado por las lluvias y el desagüe del gran canal que conecta a la Ciudad de México con Tula, tal como se comenta:

***"Muchas personas no saben las consecuencias que tiene la inundación de Tula e Ixmiquilpan, pero se ha tenido registro de personas infectadas con cólera, esas son cosas que los demás no saben y tampoco se pasa en la radio, solamente se les dice que se deben de cuidar y evitar salir, aparte del hecho pandémico."  
(Hombre 41 años, hogar sin niñas, niños ni adolescentes)***

En el contenido de televisión abierta y de paga no se identifica ninguna representación o buena práctica por parte de los participantes.

***"Ese cuenta cuentos y el Barista son buenísimos, mi familia sí los escucha, yo casi no pero cuando vivía con ellos era el que más ponían, yo creo que, porque ahí sacan un buen de historias de gente que ha hecho algo importante en el pueblo, también por la música de la región, te digo que yo he salido ahí y la verdad hace una fiesta bien buena cuando es su aniversario"***

***(Hombre, 37 años, hogar sin niñas, niños y adolescentes)***

## **Propuestas desde la audiencia**

No existen propuestas de los participantes para la reducción de desigualdades sociales en la radio, televisión o internet, se considera que

esto se debe a que se identifican de manera muy positiva con el contenido de la radio.

***"Mi hijo trabajó en la radio hace unos años, algunas veces nos preguntaba cosas, es más un día mi esposo cuando era delegado de la comunidad de aquí de San Miguel fue a hablar de unos apoyos que llegaban para el campo, luego él ponía canciones que nos gustaba"***

***(Mujer, 63 años, hogar sin niñas, niños y adolescentes)***

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

Los resultados del Estudio indicaron que si bien, no hay menciones de brechas y desigualdades por parte de las personas participantes; estas recaen en áreas de infraestructura tecnológica como la falta de antenas de recepción de señales, la ubicación geográfica y las condiciones climatológicas de la zona. Lo anterior, como se vio en el primer apartado de este informe, limita el acceso a Proveedores y, en consecuencia, la oferta de servicios.

# 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 El Cardonal en el estado de Hidalgo, se obtuvo información valiosa de los tópicos antes mencionados que permitió al equipo de investigación realizar reflexiones en torno a cómo las audiencias de El Cardonal 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, las condiciones climatológicas y geográficas fungen como las principales barreras a la exposición a contenidos audiovisuales en los hogares participantes; limitando su acceso a señales de consumo.

A pesar de lo anterior se localizaron señales de televisión de paga, radio AM/FM e internet satelital. Asimismo, se encontró que los celulares son los dispositivos que más se utilizan por todos los tipos de hogares para conectarse a internet, realizar actividades académicas, de comunicación y de trabajo.

En cuanto a HÁBITOS DE CONSUMO, se encontró que los hogares participantes consumen contenidos televisivos con el objetivo de obtener entretenimiento, acceder a información y aprender; destacando que, a pesar de que la mayoría de los hogares participantes cuenta con televisión de paga, opta por consumir contenidos de señales abiertas.

El consumo de radio se focalizó en la señal comunitaria de la región. Lo anterior porque, de forma generalizada, optan por consumir contenidos

en su propia lengua a través de programas musicales, informativos y educativos.

En lo que respecta al consumo de internet, se observó que este se encuentra limitado a un solo proveedor en la mayoría de los hogares participantes. Asimismo, se detecta que su uso incrementó a partir de la pandemia por COVID-19.

La APROPIACIÓN DE CONTENIDOS se vio orientada a la preservación de la identidad cultural a través del aprendizaje de la lengua Hñähñu, especialmente por medio de la radio comunitaria, en la que las audiencias comentaron enriquecer su vocabulario. Del mismo modo, los hogares con niñas y niños aprendieron formas de cuidar la naturaleza mediante el visionado de documentales en televisión de paga.

En el apartado de REPRESENTACIONES MEDIÁTICAS, los hogares participantes no detectaron contenidos que reproduzcan estigmas y estereotipos. A pesar de lo anterior, remarcaron las buenas prácticas de la radio comunitaria al enaltecer su identidad a través de música, historia, mitos, rituales y empoderamiento de las audiencias.

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

- Granados, J. (2015). *Cardonal, En: Las comunidades indígenas de Hidalgo*, UAEH, vol. 1, pp. 370.
- Instituto Nacional para el Federalismo y el Desarrollo Municipal (INAFED). (2020). Sistema Nacional de Información (SNIM). Disponible en: <http://www.snim.rami.gob.mx/>
- Instituto Nacional para el Federalismo y el Desarrollo Municipal (INAFED). (2004). Enciclopedia de Los Municipios y Delegaciones de México del Estado de Hidalgo. Disponible en: <http://www.inafed.gob.mx/work/enciclopedia/EMM13hidalgo/municipios/13015a.html>
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). (2020). Panorama Sociodemográfico de México. Disponible en: [https://inegi.org.mx/contenidos/productos/prod\\_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/nueva\\_estruc/702825197865.pdf](https://inegi.org.mx/contenidos/productos/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/nueva_estruc/702825197865.pdf)
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). (1990). Base de datos de religión. Disponible en: <https://www.inegi.org.mx/temas/religion/#Publicaciones>
- Instituto Nacional de Lenguas Indígenas (INALI). (2009). Normas de Escritura en Lenguas Indígenas Nacionales. Disponible en: <https://site.inali.gob.mx/Micrositios/normas/otomi.html>
- Moreno, B. (2006). *Otomíes del Valle del Mezquital. Pueblos indígenas del México contemporáneo*. México: CDI.
- Gobierno Municipal de El Cardonal. (2020). Plan de Desarrollo Municipal, 2020-2024. Disponible en: [PMD ElCardonal2020-2024.pdf \(hidalgo.gob.mx\)](#)
- Quezada Ramírez, MF. (2008). *La migración hñãñu del Valle del Mezquital, estado de Hidalgo*. México: CDI.
- Sistema Público de Radiodifusión del Estado Mexicano, (2021), XECARH. [https://www.spr.gob.mx/\\_pdf/registro-nacional/medios-publicos-federales/inpi/VI/PAT\\_2017\\_XECARH\\_HIDALGO.pdf](https://www.spr.gob.mx/_pdf/registro-nacional/medios-publicos-federales/inpi/VI/PAT_2017_XECARH_HIDALGO.pdf)
- Sistema de Información Cultural, (2020), Lenguas Indígenas, Otomí. [https://sic.cultura.gob.mx/ficha.php?table=inali\\_li&table\\_id=8](https://sic.cultura.gob.mx/ficha.php?table=inali_li&table_id=8)