ESTEREOTIPOS MEDIATICOS DE LOS INDIGENAS EN MEXICO. ANALISIS DE LAS REPRESENTACIONES EN LOS PROGRAMAS DE FICCION Y ENTRETENIMIENTO DE LAS TELEVISORAS EN NUEVO LEON

TECNOLÓGICO DE MONTERREY

TESIS

PRESENTADA COMO REQUISITO PARCIAL PARA OBTENER EL GRADO ACADEMICO DE:

MAESTRIA EN CIENCIAS

CON ESPECIALIDAD EN COMUNICACION

INSTITUTO TECNOLOGICO Y DE ESTUDIOS SUPERIORES DE MONTERREY

CAMPUS MONTERREY

POR:

FELIPE DE JESUS MARAÑON LAZCANO

DICIEMBRE 2010

PN
1992.8
.M54
M3
2010

ESTEREOTIPOS MEDIÁTICOS DE LOS INDÍGENAS EN MÉXICO. ANÁLISIS DE LAS REPRESENTACIONES EN LOS PROGRAMAS DE FICCIÓN Y ENTRETENIMIENTO DE LAS TELEVISORAS EN NUEVO LEÓN

TECNOLÓGICO DE MONTERREY®

TESIS

PRESENTADA COMO REQUISITO PARCIAL PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:

MAESTRÍA EN CIENCIAS CON ESPECIALIDAD EN COMUNICACIÓN

INSTITUTO TECNOLÓGICO Y DE ESTUDIOS SUPERIORES DE MONTERREY

CAMPUS MONTERREY

POR

FELIPE DE JESÚS MARAÑÓN LAZCANO

DICIEMBRE 2010

ESTEREOTIPOS MEDIÁTICOS DE LOS INDÍGENAS EN MÉXICO. ANÁLISIS DE LAS REPRESENTACIONES EN LOS PROGRAMAS DE FICCIÓN Y ENTRETENIMIENTO DE LAS TELEVISORAS EN NUEVO LEÓN

POR

FELIPE DE JESÚS MARAÑÓN LAZCANO

TESIS

PRESENTADA A LA DIVISIÓN DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES

ESTE TRABAJO ES REQUISITO PARCIAL PARA OBTENER EL TÍTULO DE MAESTRO EN CIENCIAS CON ESPECIALIDAD EN COMUNICACIÓN

INSTITUTO TECNOLÓGICO Y DE ESTUDIOS SUPERIORES DE MONTERREY

DICIEMBRE 2010

Amo el canto de zenzontle
pájaro de cuatrocientas voces,
amo el color del jade
y el enervante perfume de las flores,
pero más amo a mi hermano: el hombre.

- **Netzahualcóyotl**

AGRADECIMIENTOS

A Jesús, José y María, por ser mi fe, mi religión y mis creencias, formarme con los valores que tengo, y estar conmigo siempre en los momentos buenos y malos.

A mi familia, Felipe, Edith, Beatriz, Marisol, Betty, Adry, Ana, Luis Felipe, Dinorah, Marygel, Adrián, Eduardo, Delia, Astrid, a mis prims, por ser parte de mi, aceptarme y apoyarme siempre, brindándome su compañía y amor.

A Carlos Muñíz por ser la espina dorsal de esta aventura, por la enorme paciencia que siempre me tuvo y sobre todo por convertirse en el elemento más importante de mi maestría.

A Alma Elena, por ser precisamente el alma de mi maestría, una maestra, una madre postiza, una amiga y la persona que más me ha motivado a luchar y alcanzar los objetivos que me he propuesto, eres increíble.

A José Fabián, por mostrarme el mundo de la opinión pública, y más que nada por recibirme en EGAP en uno de los momentos más difíciles de mi vida y mostrarme precisamente que cuando una puerta se cierra, otra se abre.

A Marú, por todos sus consejos, por su cariño, por esa calidez que te anima en todo momento, y sobre todo por compartir su conocimiento conmigo.

A mis increíbles maestros Jorge, Tania, Mariela, Gabriela, Omar y Francisco porque una parte de ustedes está en este trabajo, porque mucho de ustedes está en mí.

A mi familia de Monterrey Pepe, Daniel, Hilda, Lety, Ingrid, Thomas, Julia, Mauricio, Ricardo, Carlos, Samuel, Chuy, Walter, Andrés, Rodrigo, Armando, Quique, Ray, Justo, Ale, Jorge y Juan M.

A Sara, Eibri y Elena por mostrarme la verdadera cara de Gomez Mont.

A Gaby, Fariva, Mafer L., Lisette, Caro, Rebeca, Luis, Astrid, Yedid, Apolo, Branko, Tichy, Aleyda, Carlita, Carlos, Maybea, Benny, Mel, Carmen, Mafer F., Oscar, Raúl, Cris, Emanuel, Isis, Cynthia, Amparo, Vero, sin quienes estos dos años no hubieran valido para nada la pena.

Y por último pero de los más importantes a Brenda, Pana, Roberto, y Alma Rosa, porque este trabajo es tan mío como suyo, gracias por todo su apoyo, sin ustedes, esto no existiría.

ABSTRACT

En México, aunque los grupos indígenas de la población han sido estudiados desde diversas disciplinas, no existen como tales estudios que analicen su representación mediática o sobre la percepción pública que se tiene de este colectivo (Muñiz, Serrano, Aguilera y Rodríguez, 2010). Por tal motivo se realizó una investigación basada en la teoría del cultivo y constituida por un análisis de contenido de programas de televisión local del estado de Nuevo León durante Junio y los primeros días de Julio del 2009. En total se analizaron 46 personajes, 31 pertenecientes a grupos étnicos y 15 no. Los resultados mostraron cómo los programas locales estereotipan y discriminan al personaje indígena frente al personaje que no lo es, ubicándolo en una posición inferior y siempre al servicio del otro. Además lo presentan con características físicas muy marcadas que crean una amplia diferenciación entre los personajes, pero ubicando al indígena siempre como neutro y sin distinguirlo de las diferentes etnias a las que pertenece.

INDICE

Introducción 1

Capítulo I: Marco Teórico 4

1.1 México como un País Pluricultural 4

1.2 La discriminación hacia el Indígena 6

1.3 La presencia indígena en Nuevo León 10

1.4 La Creación del imaginario social. La Teoría del Cultivo 17

1.4.1. Antecedentes y desarrolló de la teoría 17

1.4.2 El proceso de percepción de los contenidos mediáticos 24

1.4.3. El control social y la generación de la corriente de pensamiento dominante 26

1.4.4. El proceso del cultivo de imágenes a través de los medios 29

1.5. El estereotipo indígena en los medios de comunicación 34

Capítulo II: Hipótesis y Preguntas de Investigación 44

Capítulo III: Metodología 47

3.1. Técnica de estudio 47

3.2. Muestra de contenidos 50

3.3. Libro de códigos 53

3.4. Codificación y fiabilidad 55

Capítulo IV: Análisis de resultados 57

4.1 Análisis descriptivo de la muestra 57

4.2 Caracterizaciones Físicas y de Apariencia del indígena 59

4.3 Caracterización actitudinal y de comportamiento del personaje 61

4.4 Temas tratados en los programas de televisión local por los personajes 63

4.5 Ocupaciones de los personajes en los programas de televisión local 67

Capítulo V: Discusión y conclusiones 72

Referencias 79

Anexos 84

Anexo 1: Libro de códigos y hoja de codificación 84

Anexo 2: Tabla de programas y personajes analizados 100

INDICE DE TABLAS

Tabla 1: Aspectos físicos 59

Tabla 2: Aspectos relativos a la apariencia 61

Tabla 3: Aspectos actitudinales y de comportamiento 62

Tabla 4: Temas tratados por los personajes 64

Tabla 5: Ocupaciones de los personajes analizados 67

Tabla 6: Ocupaciones de los personajes en función de su caracterización 68

INTRODUCCIÓN

Con la llegada de los primeros europeos a América durante el siglo XV y XVI comenzó la colonización y por lo tanto la mezcla de razas que formaron lo que hoy es México. Sin embargo el lugar no estaba sólo, lo habitaban personas nativas que fueron designadas por los *conquistadores* como indios o indígenas, debido a la creencia de que era India y no un nuevo continente lo que se encontraba, los estatutos legales de los Estados Unidos Mexicanos definen, precisamente, la palabra indígena como alguien originario de un país (Navarrete, 2008). Los sobrevivientes a las batallas de colonización formaron junto con los europeos la Nueva España y quedaron bajo el poder de la corona española. En ciertas partes del país, como en el caso de Nuevo León, se extinguieron casi en su totalidad las etnias originarias, ya fuera por muerte o mestizaje, quedando así estados completos sin población indígena originaria del lugar. Marcándose así un destino de estereotipación a su raza y el sometimiento a un grupo racial diferente. Tras pertenecer al régimen español, los indígenas pasaron a manos de los mestizos o nuevos mexicanos, quienes a la fecha se vanaglorian con su orgulloso pasado pero contradictoriamente los discriminan y segregan.

El presente estudio busca identificar mediante un análisis de contenido de los programas de televisión local del estado de Nuevo León si ésta discrimina al indígena debido a la representación mediática que se expone del mismo en los programas de entretenimiento y ficción, siendo esta la hipótesis principal del trabajo. Para lograr lo anterior, el estudio se apoyó en la teoría del cultivo de Gerbner, la cual maneja que el consumo y la exposición a la televisión crean la constitución de un mundo simbólico en los receptores, cultiva así mediante los estereotipos de los personajes mostrados percepciones de la realidad, en los públicos consumistas (Gerbner, 1999).

La investigación se realizó con los programas presentados por los canales locales del estado: *Multimedios Estrellas de Oro Canal 12, Tv Azteca Monterrey Canal 7* y *Televisa Monterrey Canal 34*. Con ello se pretendía conocer la imagen del indígena generada en los programas más cercanos a la población de la Zona Metropolitana de Monterrey, como pudieran ser lo emitidos en estos canales. Se tomó una muestra total de 46 personajes, de los cuales 36 eran indígenas y 15 no lo eran. Se utilizó el libro de códigos diseñado para el proyecto de investigación de CONACYT titulado "Efectos de la representación de los indígenas en los medios de comunicación sobre su percepción por la población juvenil", a través del cual se busca analizar los aspectos principales del personaje, siendo estos el tipo de personaje, el rol narrativo que presenta además de otros conceptos explicados posteriormente.

Los resultados validaron la hipótesis principal de la investigación y contestaron las 4 preguntas de investigación, expresadas dentro del trabajo, concluyendo así que la televisión maneja estereotipos nada favorables para la representación de los indígenas.

Principalmente son presentados en roles de empleados domésticos o sin una ocupación identificable, así como con características muy definidas y estereotipadas, como su aspecto físico, su forma de vestir e incluso su acento al hablar, manejándolos como gente buena y trabajadora, pero muy *relajada* que por sí sola no puede salir adelante y necesita siempre el apoyo del ser dominante.

Los habitantes de Nuevo León, en ocasione son creen en la realidad indígena que existe en el estado, debido a que se ha sufrido una desindigenización por parte de las diversas etnias, quienes han roto el estereotipo que se posee de ellos, para poder pasar desapercibidos y como personas neutrales, en una sociedad que de lo contrario inmediatamente los clasificaría, segmentaría y muy probablemente discriminaría.

Al buscar antecedentes sobre estudios similares que hablaran sobre la estereotipación de los indígenas en los medios, se encontró un vacio de información, en este aspecto en concretó. Por lo que esta investigación, tomada no desde el punto del receptor sino más bien de la televisión como medio, es parte de un estudio mayor que analizará a los estereotipos indígenas tanto en otros medios como desde otros puntos de vista.

CAPÍTULO I:

MARCO TEÓRICO

1.1. México como un país pluricultural.

El artículo segundo de la constitución mexicana define a los Estados Unidos Mexicanos como una "nación pluricultural sostenida originalmente en sus pueblos indígenas". Esta definición no es extraña, sobre todo teniendo en cuenta que desde su origen y hasta nuestros días, México ha sido considerado como una nación mestiza e indígena a la vez, definida en sí como una especie de *crisol de todas las razas* (Vasconcelos, 1925) de manera tanto cultural como étnica. Por esta razón, no resulta difícil identificar que en relación a los productos culturales propios de los medios masivos de comunicación la tradición indígena ha sido estereotipada y por lo tanto resulta interesante conocer la imagen que la televisión, sobre todo, ha creado del indígena.

Como ya se ha mencionado en la introducción, el presente estudio pretende conocer como es representado el indígena en estos productos culturales transmitidos a través de los medios de comunicación, particularmente en el caso de la televisión local y nacional visionadas en el estado de Nuevo León. Es importante estudiar la

representación indígena en la programación televisiva de un estado del norte de México debido a que, aunque cuando se habla de etnias indígenas en México la referencia inmediata corresponde al centro y sur del país, no es menos cierto que también es posible localizar población indígena en la zona norte del país. Bien sea debido a la existencia de comunidades nativas o, debido a la migración realizada por miembros de este grupo social desde el centro y sur hacia el norte durante el presente y el pasado siglo.

Centrándose en el caso particular del Estado de Nuevo León, esta región no cuenta con etnias indígenas originarias, ya que fueron exterminados en la segunda mitad del siglo XIX (Durín, 2007). Sin embargo, el fenómeno de la migración ha contribuido a que algunas comunidades originarias del centro y sur de México se desplacen hacia el norte en busca de mejores condiciones de vida. El desencanto con el que se encuentran, por otro lado, de acuerdo con Durín, corresponde a que son acogidos como trabajadores invisibles de grandes ciudades industrializadas, como es el caso de Monterrey. Invisibles porque por lo general, las mujeres están encerradas en una casa como anónimas empleadas domésticas, o bien porque su actividad económica se basa en la elaboración de artesanías, las cuales, son comercializadas no por ellos mismos, sino por personas externas, o si acaso por indígenas que deben "desindigenizarse" utilizando ropa e indumentaria homogeneizada con el resto de los habitantes de la ciudad, para no sufrir abusos o molestias por parte de los mismos.

De acuerdo con las investigaciones realizadas por el Consejo Nacional para el Desarrollo de los pueblos Indígenas (CDI), las principales ocupaciones económicas de las etnias indígenas que radican en Monterrey, N.L. y su zona metropolitana son en el caso de los hombres: artesanos, comerciantes, operadores de maquinas, peones, ayudantes (ya sea en empresas o en establecimientos pequeños), y vendedores

ambulantes (Durín, 2009). En el caso de las mujeres el principal oficio es el de empleadas del hogar seguido del de comerciantes y obreras en alguna fabrica (Durín, 2009). La mayoría de la población no indígena está en contacto con estos grupos pero por la naturaleza del trabajo que realizan pasan inadvertidos (Durín, 2009). De igual forma, resultan inadvertidos porque cuando se menciona la palabra **"indígena",** generalmente se piensa en el estereotipo que tradicionalmente ha sido asociado al indígena, peinados característicos, indumentaria tradicional o típica e incluso adornos exagerados, el cual proviene del imaginario colectivo, quizá acrecentado por el papel de los medios de comunicación en su representación de personajes indígenas..

Sin embargo, si se camina por la calle Esparta en la colonia Tecnológico, si uno estaciona su coche en el centro de la ciudad, o si uno vuelve la mirada hacia los intendentes de los grandes edificios de la urbe podremos encontrar ahí a indígenas realizando labores de limpieza, lavacoches y vendedores ambulantes. Y lo que es más importante aún, es que ninguno de ellos usa trenzas, calzón de manta o el penacho de Moctezuma, son personas con pantalones, camisas y zapatos, algunos con celulares por los cuales hablan en su lengua natal con sus amigos y no cumplen en absoluto la imagen del indígena difundido en los medios.

1.2 La Discriminación hacia el indígena

En el repertorio cultural nacionalista la imagen, o el concepto, que se ha manejado del indígena se ha convertido en una de las bases sobre las cuales se han ido construyendo la identidad de los países latinoamericanos, ya sea para inmortalizarla y regocijarse en su glorioso pasado o para negarla y afirmar su total exterminio (Giménez, 2000). De ahí que cuando algunos de estos trabajadores indígenas revelan su etnicidad pueden correr el riesgo de ser discriminados e incluso despedidos de las labores que

realizan (Durín 2007). El estereotipo que se maneja de cada grupo social como puede ser el indígena lleva a que, si alguno de sus miembros no utilizan determinadas características que se creen son únicamente representativas de los mismos, es probable que los individuos de otros grupos sociales no logren identificarlo como perteneciente a cierta comunidad o, incluso, grupo étnico, haciendo que pase desapercibido dentro de la sociedad. Pero en el momento en que esta persona vista de su forma habitual, hable otro idioma o utilice accesorios autóctonos, es probable que la impresión del interlocutor cambie, llegando incluso a un rechazo y discriminación, movidos por ciertos prejuicios existentes previamente.

El término discriminación connota dos significados, uno positivo y el otro negativo. El primero es "un significado neutral o, en algunos casos, positivo, como equivalente a 'distinción' o 'diferenciación' a favor o en contra de una persona, una cosa o una cualidad" (Lerner, 2002). Sin embargo, la connotación negativa del término generalmente se basa en prejuicios hacia un grupo y es ésta la connotación del término que se encuentra con más regularidad. Esta palabra es empleada en sentido peyorativo respecto de las acciones de una persona o grupo de personas que revelan una distinción arbitraria e injustificada en el trato hacia ciertos individuos por su pertenencia a grupos particulares de la sociedad (Lerner, 2002).

Desde esta perspectiva, la Comisión Internacional de los Derechos Humanos y la Convención Internacional para la Eliminación de Toda Forma de Discriminación Racial define el término "discriminación racial" como toda distinción, exclusión, restricción o preferencia basada en motivos de raza, color, linaje u origen nacional o étnico que tenga por objeto o por resultado anular o menoscabar el reconocimiento, goce o ejercicio, en condiciones de igualdad, de los derechos humanos y libertades fundamentales en las esferas política, económica, social, cultural, o en cualquier otra esfera de la vida pública.

(United Nations Expert Group Meeting on Managing Diversity in the Civil Service, 2001)

El término discriminación, entonces, se refiere a las acciones observables que confieren un trato injusto y desigual a personas por su pertenencia a un grupo social determinado y no a las creencias que se tengan sobre ese grupo social. Si se toma en cuenta que la mayoría de los indígenas que residen en la ciudad de Monterrey se desempeñan en un oficio relacionado a las labores del hogar (Durin, 2009), se puede comprender cómo es que los prejuicios enmarcan todo el concepto de relación "patrona-sirvienta" lo que con frecuencia deviene en conductas discriminatorias y abusivas. Estas "patronas" actúan de acuerdo a la concepción que tienen del indígena, que generalmente está relacionada con servir a un amo. Tomando el ejemplo de la empleada doméstica indígena, si bien en algunas casas se busca apoyarlas, en las otras se les discrimina y se abusa de ellas tratándolas como "indias" en un aspecto peyorativo cuya imagen está cargada de mitos, vaguedades y estereotipos (Nodo, 2006)

Oficialmente, en las leyes e instituciones de los Estados Unidos Mexicanos el término indígena en su acepción más básica significa: "originario de un país". Este término no contiene la carga despectiva que tradicionalmente se asocia al término indio, sino que más bien busca la representación de una persona dependiendo de su lugar de origen (Navarrete, 2008). Para Nahmad (2007) categorías como "indio", "negro", "mestizo" o "blanco" representan la "marca de nacimiento de América y la base misma del actual poder global" (Nahmad, 2007, p.110). Mientras que en el caso de Gilberto Giménez Montiel (2000) la etnicidad del indio representa un elemento que organiza socialmente la diferencia y es producto de procesos históricos de identificación, y sólo los que ejercen el poder pueden imponer la definición de sí mismos y la de los demás (Giménez, 2000, p.13).

Por otro lado, de acuerdo con Busselle y Crandall (2002) los estadounidenses creen en la igualdad de todas las personas y por lo tanto el derecho a ser tratados de la misma forma, sin importar sexo, color o etnia, y si existe algún tipo de maltrato o injusticia se debe ayudar sin excepción. Pero al mismo tiempo, también creen que los individuos deben ser autosuficientes y trabajadores, por lo que permiten la desigualdad si los menos afortunados, normalmente las minorías son percibidas como perezosas, criminales o desviados hacia el *mal camino* Una relación que en muchas ocasiones puede devenir en el denominado como Racismo Moderno (McConahay, 1986). Esta lógica promueve que los estadounidenses *blancos* consideren a los que no son como ellos, y por tanto pertenecen a otro grupo social, como menos inteligentes lo que puede generar una segregación racial que conlleva a la discriminación. Es posible que este mismo proceso se esté presentando en México, donde el indígena es percibido por una buena parte de la sociedad como, diferente, ignorante, flojo, Lo que lleva a que su discriminación y segregación no sea considerado como un acto malo, aunque sí sea reprobado socialmente, creando así un racismo moderno en el que debido a sus pocas aptitudes y falta de cultura y educación, el habitante de la ciudad es superior al indígena y por lo tanto es normal ayudarlo pero siempre viéndolo menos.

En esta misma línea se encuentra Durín (2006), quien señala que es habitual que las personas que conocen la discriminación hacia alguna persona indígena, sientan que es algo reprobable, pero no lleguen a tomar cartas en el asunto para resolver esta injusticia. Ello quizá debido a un proceso de desensibilización hacia estas situaciones, al formar parte de una sociedad que ha tratado estos hechos como normales e incluso los ha reproducido abiertamente a través de los medios (Durín, 2006). Es en gran parte gracias a los medios de comunicación que toda la sociedad observa la forma en que es ridiculizado un indígena cuando aparece en programas de comedia, siendo su forma de

vestir y de hablar el acompañamiento de un estereotipo *cómico* del indígena, lo cual convierte al personaje en alguien diferente de la gente *normal*. Esta idea es manejada por Gerbner (1982) al plantear la teoría del cultivo, entendiendo que la televisión colabora acrecentando sentimientos como: el miedo, incomodidad y disgusto de una parte de la sociedad hacia estos miembros de grupos minoritarios representando en los programas televisivos.

Así como para una buena parte de los estadounidenses, los inmigrantes ilegales y los afroamericanos constituyen un problema social, es posible que para los mexicanos, los indígenas representen un problema de atraso (Durín, 2007) y a pesar de que aparecen en televisión y en ocasiones son exaltados por su grandeza histórica, generalmente son utilizados para hacer reír y divertir, siendo una especie de "payasos" y por lo tanto no se toma en serio la etnicidad que representan.

1.3 La presencia indígena en Nuevo León

La presencia indígena en la población de Nuevo León fue claramente anecdótica hasta 1970, momento en el que aparece en el panorama poblacional la categoría de "hablantes de lenguas indígenas" como grupo presente en la realidad del Estado (Durín, Moreno y Sheridan, 2007). Hasta esa fecha y desde los años cuarenta, la migración estaba compuesta principalmente por hombres mestizos que provenían principalmente de zonas rurales ubicadas en el norte y el sur del estado de Nuevo León, del norte de San Luis Potosí y del estado de Zacatecas (Balán et al., 1977). Esta tendencia se mantiene en 1990 cuando, además de aumentar la migración indígena en general, las mujeres son sobre-representadas dejando entrever la existencia de una migración femenina (Durín, 2009). Es importante destacar el hecho de que esta incremento de presencia social se trata de mujeres en su mayoría jóvenes: del total de mujeres que

hablaban lenguas indígenas registradas en el censo del 2000, el 64.99% tienen entre 15 y 29 años de edad.

De la misma forma que en Estados Unidos los campesinos y migrantes mexicanos desempeñan los trabajos peores pagados, más rudos, sucios, que comúnmente rechazan los anglosajones, en Monterrey y su zona metropolitana los indígenas se ocupan de las tareas más pesadas y con los salarios más bajos: los hombres como peones de albañilería, jardineros o cargadores en los mercados, y las mujeres en el servicio doméstico. Los demás sobreviven con la venta de dulces, semillas o artesanías, y unos cuantos, sobre todo los más viejos o que tienen mayores dificultades con el idioma español, se refugian en la mendicidad (Durín, 2009).

Arizpe (1990) demuestra que de 1960 a 1980 las mujeres indígenas mexicanas se dirigían desde sus comunidades (ubicadas principalmente en los estados de San Luis Potosí, Veracruz y Oaxaca), hacia diferentes estados del país que consideraban más adelantados y por lo tanto con posibilidades de mayores ingresos económicos (Arizpe, 1990). Una enorme cantidad de mujeres, entre 15 y 29 años, llegaron a las grandes ciudades à trabajar como empleadas domésticas. Todos estos movimientos ocasionaron que no sólo en México, sino en otros países de América Latina, las mujeres predominaran en las migraciones hacia las capitales o los principales centros, en especial los entornos urbanos que eran considerados en expansión (Correa, 2006).

Golsdmith explica que para los años ochenta, a consecuencia de la crisis económica, tuvo lugar un descenso en la demanda de trabajadoras para el servicio doméstico de planta por parte de los estratos medios de la ciudad de México. Ello ocasionó el desplazamiento de estas mujeres a otras actividades, ya fueran el comercio, como obreras en maquiladoras o en departamentos de limpieza en diferentes empresas (Goldsmith, 1990). Esta misma situación fue provocando su "mezcla" con la sociedad

ya que dejaban la teórica "protección" de la casa, en la que trabajaban y donde su contacto con el mundo exterior era mínimo, para tener que enfrentar la realidad de una ciudad que discrimina y excluye a los grupos indígenas (Nodo, 2006). Este mismo desplazamiento de las mujeres indígenas desembocó en su "sobrerrepresentación" en los censos nacionales, llegando a ser el papel de la mujer indígena fundamental en la migración (Durín, 2009).

De acuerdo con Durín (2003, 2007), Navarrete (2008) y Giménez (2000) se acostumbra pensar que Nuevo León es un lugar sin población indígena. Es un hecho que en el estado las poblaciones nativas han sido sin lugar a dudas exterminadas. Sin embargo, los indígenas no sólo no son un pasado extinto o bien una realidad lejana, sino que son más bien un presente y una realidad nuevoleonesa actual. La Zona Metropolitana de Monterrey se ha convertido, desde hace por lo menos quince años, en una de las zonas urbanas más receptoras de población indígena dentro del país (Durin, 2003; Durin, 2007; Navarrete, 2008; Giménez, 2000).

Durin (2003) por su parte, señala que el área metropolitana de Monterrey se caracteriza por acoger a inmigrantes indígenas, los cuales suelen ser en su mayoría mujeres jóvenes, comprendiendo de esta forma una característica de la migración interna. Del mismo modo señala que tanto la academia como las instituciones varias, entre ellas las de conteo, habían tomado en cuenta únicamente una mínima parte del sector de la población indígena, lo que daba por resultado que la población étnica fuera invisible a los ojos de la ciudadanía (Durín, 2003). En combinación con esto se puede considerar que el factor de invisibilidad de los indígenas radica precisamente en las representaciones que se asocian con lo indígena, más que nada, la idea de que viven de manera comunitaria en un lugar alejando donde la comunidad es concebida como un ente territorializado (Durín, 2003).

Haciendo un rápido repaso a la historia, cabe recordar que Monterrey fue fundada el 20 de septiembre de 1596 por pioneros españoles, fue en ese momento cuando se puede señalar el inicio de un exterminio de la población indígena, cuya plenitud se dio en el siglo XIX. Como consecuencia de esta estrategia realizada a lo largo de los siglos, una de las características más específicas de la ciudadanía étnica en Monterrey era su cercanía a la raza blanca, totalmente opuesto a la etnicidad indígena e incluso a la mestiza que domina en otras muchas zonas de México. Misma identidad que después sería definida por la cercanía geográfica que existe con Estados Unidos (García Rojas, 2003). De hecho, hoy en día, basándose en el Conteo de Población y Vivienda (INEGI, 2005), en el estado de Nuevo León se hablan 56 de las 62 lenguas indígenas que hay en todo el país y que representan a la totalidad de las 62 etnias indígenas reconocidas.

En el año 2005 el INEGI informó que en el estado habitaban 57,731 personas indígenas, lo cual representaba en aquel entonces un 1.4% de la población estatal, cifrada en 4,199.292 habitantes. A la falta de datos de actualización, es de esperar que al presente este número debe ser considerablemente mayor, en esta misma idea se puede encontrar lo indicado en las investigaciones realizadas por Durín (2009) quien indica que actualmente la inmigración es mucho mayor.

Investigaciones realizadas por el Consejo Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas (CDI), identifican que la migración de los indígenas en la época contemporánea comienza básicamente en los años 40 con el programa Bracero. Pero también fue en esos años cuando surgió la industrialización en las ciudades de Monterrey, Guadalajara y México, fenómeno que por su magnitud demanda abundante mano de obra, por lo que muchos indígenas abandonaron sus comunidades en busca de mejores oportunidades (Durín, 2009).

Como ejemplo de la presencia indígena en Nuevo León, se puede tomar en cuenta el reportaje realizado por la Jornada (Carrizales, 2005) en la colonia Héctor Caballero, un municipio de Benito Juárez, al oriente de la zona metropolitana, donde se localiza un asentamiento de 65 familias de mixtecos, los cuales intentan reproducir usos y costumbres de San Andrés Montaña, el pueblo que dejaron durante hace diez años en una de las tantas sierras de Oaxaca y que para ellos era su hogar. Así como ésta, muchas otras familias han tenido la imperiosa necesidad de emigrar hacia las denominadas ciudades "capitales" donde pudieran ofrecer sus servicios y lograr la venta de sus productos (Durín, 2009).

Este grupo étnico vive en lotes que apenas llegan a los veinte por ocho metros cuadrados en promedio. A pesar del pequeño tamaño del lote algunos de los habitantes utilizan la mayor parte para el cultivo de maíz, calabaza, chile y otras plantas que rodean sus pequeñas casas y sirven como alimento o como posibles mercancías para vender. Los hogares están construidos básicamente de láminas galvanizadas y tablas viejas. En esta colonia se reportan severas denuncias a las autoridades municipales de San Pedro, Guadalupe, Benito Juárez y Monterrey ya que a los indígenas no se les permite vender en las calles las bolsas de mano y figuras de plástico tejido, debido a que los reglamentos municipales lo prohíben (La Jornada, 2005).

Por lo anterior se puede demostrar que no es únicamente la apariencia lo que distingue y lleva al poco entendimiento hacia el indígena, sino las diferencias culturales que existen y que son bases sólidas de un pasado que aun desean conservar (Giménez, 2000). La manera en que conciben los indígenas el trabajo suele resultar agresiva y hasta cierto punto injusta para lo que la sociedad "moderna" considera. En realidad, la comunidad indígena siempre se ha desarrollado de una forma muy específica y no ve malicia en sus actos, al contrario, ve una forma de preservar sus costumbres, pasándolas

de generación en generación y actuando como sus antepasados con ellos (Durín, Moreno y Sheridan, 2007).

De la misma forma en que se acude a un país distinto al que uno pertenece y se respetan las costumbres del lugar, se debe no sólo comprender, sino también explicar a la sociedad que los indígenas tienen una cultura muy diferente a la actualmente regida la sociedad (Navarrete, 2009). La forma en que la "entidad moderna" se ha ido desarrollando, en concreto en Nuevo León, ha ido arrojando a los hablantes de lenguas indígenas a las afueras de las colonias más ricas donde realizan los trabajos de empeladas domésticas o en el caso de los hombres de mozos o jardineros.

Como ejemplo local, se tiene el caso de la colonia Tampiquito, en las orillas de San Pedro Garza García en donde la mayoría de las mujeres habitantes son las trabajadoras de las colonias de este municipio (Durín, 2009). El lugar que ocupan los indígenas se ha reducido de nuevo al de servir, al de ser *conquistados* por el patrón que mejor les pague y haga que de cierta forma progresen y lleven el sustento a sus familias.

Los indígenas que tienden a una mayor accesibilidad para ser localizados, son los que se ubican en asentamientos de tipo congregado y que por lo tanto resultan ser sujetos a las acciones públicas diversas que buscan facilitar el desarrollo comunitario, la ayuda mutua y las actividades económicas (Durín, 2007). Por otra parte los indígenas que son inmigrantes asentados en residencia de tipo aislado y disperso, resultan ser sólo visibles en algunos datos estadísticos, empíricos en su mayoría, aunque ya en el mejor de los casos, suelen ser identificados en espacios urbanos de reunión de fin de semana como lo es la Alameda Mariano Escobedo (Durín, 2007).

Los indígenas asentados en el tipo de residencia congregado representa únicamente 10.4% de la población total de hablantes de lenguas indígenas mayores de 5 años en Nuevo León (Durin, 2003). Todo esto conlleva por lo tanto, a la necesidad de hacer "visibles" a la mayor parte posible de inmigrantes. Incluso aquellos que se introduzcan en la ciudad de forma apartada y/o dispersa, logrando únicamente con esto que no se les considere como individuos sujetos a políticas públicas que se encuentren orientadas al desarrollo de sus propias comunidades.

Todo lo anterior puede remitir a la pregunta ¿Dónde se encuentran asentados los "hablantes de alguna lengua indígena" que son descritos en los censos que apoyan la primera parte del marco teórico de esta investigación? De acuerdo con Durín (2006) esta respuesta es contestada gracias a los trabajos realizados por las promotoras culturales e investigadores que se encuentran laborando en barrios con poblaciones indígenas, apoyados por el CDI. Por lo tanto se tiene que en Villa de Juárez existen asentados Mixtecos, acompañados también de algunas familias Nahuas, estas últimas recientemente reubicadas desde el Río la Silla, Municipio de Monterrey, debido a la urbanización que su asentamiento sufriría (Durín, 2007). Se tiene registros de familias Otomíes que viven en la Unidad Modelo y en la Colonia Genaro Vásquez. También existen indicadores de Indígenas Huicholes, los cuales migran de forma temporal, ya que su economía se basa en la comercialización, y de esta forma pueden vender sus artesanías en diferentes parques públicos y ferias, lo cual los obliga a rentar cuartos en diferentes áreas de la zona metropolitana de Monterrey (ZMM) (Durín, 2006).

Según datos del Departamento de Educación Indígena en el Estado de Nuevo León, varios de los indígenas pertenecientes a la etnia de los Huastecos se encuentran en el municipio de Escobedo. De acuerdo con el censo del 2000 del INEGI, los representantes de esta cultura en Monterrey llegaron a ser 2,457. Sin embargo, los

censos reportan hablantes de Huasteco en todos los municipios de la ZMM (INEGI, 2000). Teniendo así que las etnias, a pesar de concentrarse en su mayoría en un solo lugar, también poseen representatividad en diferentes colonias del estado, donde buscan realizar otras actividades que los desasocien de un origen étnico (Durín, 2009)

En general, la información oficial sobre los asentamientos indígenas en Nuevo León está incompleta y conlleva a un gran desconocimiento de los lugares donde exactamente se ubican las diversas poblaciones que han sido censadas en la ZMM. A diferencia de los Otomíes y de los Mixtecos, quienes viven agrupados en sus barrios y por lo tantos son censados de forma más precisa, el hecho de no tener identificado los asentamientos de los hablantes de Huasteco y de Náhuatl evidencia la probabilidad de que se encuentren dispersos entre varias colonias y se desconozca con exactitud su número y actividades extras a las que se dediquen.

1.4 La creación del imaginario social. La teoría del cultivo

1.4.1 Antecedentes y desarrollo de la teoría

La Teoría del Cultivo fue planteada a partir de los estudios realizados por George Gerbner, junto a sus colaboradores. Aunque en 1966 comienzan sus primeros estudios, es años más tarde cuando se esboza la teoría como tal (Martínez, 2006). A grandes rasgos la teoría establece que la exposición intensa a cierto tipo de medios, en especial a la televisión, crea y cultiva actitudes consistentes a una versión de la realidad construida por el medio, la cual difiere con lo que es la realidad en sí (Martínez, 2006). Así mismo el postulado teórico señala la implantación de ideas que reproducen los medios sobre las personas, por lo que se ha manejado que es una de las más

representativas contribuciones a los efectos de los medios sobre los receptores en la comprensión científica y pública (Greunke, 2000).

De acuerdo con Gerbner (2002) los seres humanos resultan ser los únicos que se comunican manipulando complejos sistemas de símbolos. Otros seres vivos procesan e intercambian información, guardan impresiones y modifican su comportamiento debido a un aprendizaje adquirido. Sin embargo, en las personas "la mayor parte de lo que sabemos o creemos saber nunca lo hemos experimentado personalmente, sabemos lo que sucede en base a las historias que escuchamos y lo que nos cuentan, somos las historias que contamos" (Gerbner et al, 2002, p.7). Es decir, toda la información que se cuenta a las demás personas tiene un impacto directo en la forma en que éstas percibirán las historias a los objetos sobre los que se les informa a partir de ese momento, creando gracias a las diferentes *realidades o historias* una realidad, no propia sino, basada en hechos externos que dependen de experiencias no propias pero que se prefieren adoptar a crear una nueva.

Gerbner (1999) identificó tres tipos de historias en el entorno cultural. El primer tipo de historias son las que explican cómo funcionan las cosas. Dichas historias resaltan las relaciones que existen en la vida, y las cuales, gracias a acciones imaginarias, demuestran las causalidades que existen entre la vida real y la ficticia, cumpliendo de esta forma un propósito moral y por lo mismo una función social. Se explica que desde la infancia del receptor, éste es influenciado por las historias de ficción que conforman la fantasía a la que llama realidad (Gerbner, 1999). Teniendo así que si al niño se le hace ver que las personas no pertenecientes a su misma clase social son menos, es posible que crezca con esta mentalidad hasta volver a la discriminación una forma de vida que para él es toda una realidad.

El segundo tipo de historias trae consigo la definición, de manera concreta, de cómo son las cosas, definiéndose en forma de descripciones, reportes y representaciones abstraídas de diferentes situaciones (Gerbner, 1999). Al tener hechos reales, las historias confirman las visiones, reglas y metas tanto de las personas como de la misma sociedad, por lo que estas historias que explica Gerbner buscan llenar con hechos la "fantasía" creada por las primeras. Finalmente también existe un tercer tipo de situaciones que señalan a la persona qué hacer en su vida diaria, las cuales son historias de valor y decisión que presentan hechos, comportamientos y estilos de vida que pueden llegar a ser deseables o no, y proponen maneras de obtención o evasión, y lo que se debe pagar para lograrlo. Un posible ejemplo de esta categoría pueden ser las enseñanzas incorporadas en la Biblia, donde se exalta la "proeza" del pobre y se castiga la ambición y la soberbia del opulento (Gerbner, 1999, 2002). Todo este tipo de historias identificadas por Gerbner son utilizadas en la actualidad y diseminadas por los medios de comunicación, de forma muy especial por la televisión, expresadas a través de la mitología, la religión, leyendas, la educación, el arte, las ciencias, las leyes, los cuentos de hadas o la y política, constituyendo la combinación de las tres la cultura del ser humano (Morgan, 2002).

Con la llegada de la televisión, una gran parte de los hogares de Estados Unidos, los investigadores comenzaron a generar ciertas inquietudes que buscaban identificar los efectos que tendría la televisión sobre esas personas que consumían los programas de la televisión. Las primeras formas de estas investigaciones solían comparar el comportamiento de las personas que tenían acceso a la televisión con el de las personas que a pesar de vivir en lugares similares eran ajenas al contacto televisivo, lo cual con el paso del tiempo se volvió mucho más complicado debido a que la televisión se iba adueñando de la mayoría de los hogares americanos. Lo anterior generó nuevas formas

de investigación como la experimentación en grupos de personas expuestas a un estímulo televisivo, generalmente violento, para analizar si teniendo la oportunidad posterior imitaban esa violencia y/o comportamiento agresivo (Morgan y Shanahan, 1999).

Uno de los principales intereses de los investigadores de la teoría de acuerdo con Morgan y Shanahan, fue el de identificar la forma en la que los mensajes de la televisión mostraban cambios, tanto en actitudes como en comportamientos, sobre las personas para saber si existían procesos de persuasión a los que se eran más susceptibles (Morgan y Shanahan, 1999). De esta manera, los estudios comenzaron a centrar su atención en ciertos programas o mensajes específicos y el efecto producido sobre los receptores. Si no existía algún cambio detectado, se entendía que el medio no era *culpable de percepción*. Este planteamiento metodológico generó estrategias para localizar las formas más adecuadas de hacer campañas en los ámbitos políticos, comerciales, educacionales, de salud, etc.

Gerbner (1999) veía a la comunicación no como una manera de alcanzar un objetivo específico, sino como una pregunta cultural básica que iba más allá del poder comunicativo, manejando que cualquier mensaje era una expresión social e histórica de relaciones físicas y sociales concretas. Así trataba de desarrollar modelos de comunicación que buscaran distinguir los rasgos puramente persuasivos y que se relacionaran a controles o cambios de actitud y comportamiento como se venía haciendo. La comunicación es una interacción a través de mensajes, un proceso distintivamente humano y humanizado que crea y se guía por el ambiente simbólico que constituye la cultura. Este mismo ambiente busca revelar dinámicas sociales e institucionales que no solo expresa patrones sociales sino que también los cultiva. La

metáfora del cultivo que Gerbner plantea es una forma de hablar de influencia sin tener que hablar de efectos (Morgan y Shanahan 1999).

La teoría del cultivo prefiere ver a los humanos como seres involucrados en transacciones donde se cuentan historias. Las historias de una cultura reflejan y cultivan sus suposiciones más básicas y fundamentales. Las cuales de acuerdo con Gerbner (1984) estaban monopolizadas por un grupo selecto de personas con el suficiente poder como para lograr influir en toma de decisiones, llegando así a la conclusión de que la comunicación humana básicamente se compone por excesos de información (Gerbner, 1984). Al hablar de la teoría del cultivo no se busca manejar el tema de los efectos lineales, mecánicos o hipodérmicos como se buscó hablar en los principios de esta teoría. De lo que realmente se trata es de un proceso dialéctico en el que los efectos de los mensajes son relativamente indirectos al receptor (Morgan y Shanahan 1999).

En la actualidad la televisión se ha convertido en uno de los medios de comunicación más importantes tanto para la sociedad, que busca en ella orientaciones a su vida diaria, como para contar las historias que pasan en la misma. Esto coincide con la teoría manejada por Gerbner, donde se afirma que el humano está conformado por las historias que cuenta (Gerbner, 2002). Por ejemplo, a los niños mexicanos se les inculca que Miguel Hidalgo es el padre de la patria, que Porfirio Díaz fue un dictador y que Hernán Cortés y la Malinche son el Adán y la Eva de la cultura mestiza mexicana. Unas historias que son reforzadas por los medios sin posibilidad a réplica y que generan en este caso un nacionalismo a base de leyendas de un glorioso pasado.

Los contenidos que maneja la televisión son sumamente diversos y se pueden representar en forma de comedia, noticias, comerciales, telenovelas y diferentes programas. A pesar de toda esta variedad, se ha detectado que traen consigo un sistema

relativamente coherente de mensajes e imágenes para cada consumidor (Gerbner 2002). La televisión en la mayoría de los casos es su producto que junto a otros tan habituales como la ropa y la comida se consume desde la infancia, haciéndola una parte esencial de la vida de toda persona y dándole así la oportunidad a este medio de cultivar desde ese momento estereotipos y preferencias que anteriormente eran cultivados por diferentes medios (Gerbner, Morgan, Signorielli, 1990). En el caso particular de México, estos otros medios no son más que instituciones como lo eran la escuela, la iglesia y la familia, quienes trasladaban a la infancia las historias y los valores que formaban al ser humano como persona.

Poco a poco la televisión se ha ido convirtiendo en una especie de religión preindustrial la cual maneja una gran similitud con las funciones sociales, repitiendo patrones constantes que se utilizan para redefinir al mundo y legitimar así el orden social. De acuerdo con Gerbner (2002), estos patrones pueden ser en forma de mitos, ideologías, hechos, etc. De igual modo, existe una condición llamada realismo representacional definida como una manera muy peculiar en que las historias son contadas, llevando al espectador a la suposición que lo que ve que pasa en el mundo de la televisión muy probablemente pasa en la realidad (Morgan y Shanahan 1999). De acuerdo con este planteamiento, los estereotipos de las clases marginadas representadas en la televisión ayudarán a configurar para muchos su realidad social.

La teoría del cultivo toma en cuenta la exposición al patrón total del medio, en el caso de la televisión, y no a géneros específicos o programas (Gerbner, 2002). Debido a que la televisión produce una variedad de imágenes y mensajes para el grueso de la población, que consume este medio de manera omnívora, es decir, consumiendo de forma ritualista y no selectiva sus contenidos. Se elimina el factor de la selectividad. Ello deriva en que la exposición del receptor al medio es precisamente lo que valida el

análisis de las consecuencias que resultan de vivir con la televisión, creando así un cultivo de concepciones compartidas de la realidad entre todo tipo de público que de otra forma tendrían un concepto totalmente diferente (Gerbner 2002). De esta manera, se homogeniza la conceptualización de la realidad apoyada con la utilización de estereotipos, imágenes y percepciones que al ser mostradas en televisión son un reflejo de lo vivido en la sociedad con un mismo significado para todos. La teoría del cultivo deber ser analizada tomando los mensajes de los medios como lo que son; sistemas de mensajes, y no como mensajes aislados diferentes entre sí. Estos sistemas son parte importante de la comunicación pues la percepción de estos mismos sistemas cultivan estructuras estables de imágenes generalizadas que están en el corazón de la transacción de la comunicación (Gerbner, 2002).

La producción del medio televisivo genera productos en forma de ficción, drama, noticias, novelas, programas de entretenimiento, etc., donde se pueden estudiar los sistemas de mensajes. Estos productos reflejan aspectos de la vida cotidiana en situaciones fácilmente asociadas a la realidad. No son mensajes particulares, su función es la de constituirse en mecanismos generales que representen símbolos sociales y a su vez se repitan en un ritual hasta que el receptor los adopte como suyos (Gerbner 2002). Lo que las personas aprenden o se les enseña en la vida diaria o en la televisión generalmente representa y recalca en su mente hechos y valores asociados que convergen en suposiciones ideológicas (Morgan y Shanahan 1999). Si la televisión representa a un estereotipo con ciertas características es normal entonces que el receptor al identificar a alguien lo asocie con lo que aprendió de la imagen recibida.

La teoría del cultivo trata sobre las implicaciones de patrones estables repetitivos penetrantes y virtualmente inescapables de imágenes e ideologías que la televisión provee, especialmente en los géneros de entretenimiento dramático y ficcional. Esta teoría no busca entender la forma en la que las campañas políticas cambian la percepción del votante hacia el candidato, ni la forma en que los menores se vuelven más agresivos tras estar expuestos a horas de violencia en la televisión. El análisis del cultivo más bien estudia la televisión como un sistema de mensajes cuyos elementos resultan ser complementarios, orgánicos y coherentes, los cuales tienden a impactar de diversas formas en las vidas diarias de las personas que son expuestas a este tipo de ideas y que son aplicadas de maneras diferentes en su entorno cotidiano (Morgan y Shanahan 1999).

1.4.2 El proceso de percepción de los contenidos mediáticos

En el llamado proceso de percepción se involucran suposiciones, contextos y puntos de vista tanto en la manera en que se representan las cosas como en la forma en que son nombradas, usadas y vistas (Martínez, 2006). El análisis se basa en la observación detallada de diferentes y variados puntos de vista, por lo que se debe estar consciente de lo que se observa y compararlo con puntos de vista más validos obteniendo así el entendimiento de sus cualidades. Generalmente se pierde la consciencia de que al consumir la televisión se está viendo un objeto a través de una cámara, lo que automáticamente hace que el televidente pierda su propio poder de observación, adoptando el punto de vista de una tercera persona. Un agente externo que va a mostrar lo que para él o ella es importante, sin importar que el receptor lo considere así. Todo lo anterior sirve como base a la propuesta sobre la observación compuesta que

se genera a través del consumo de los medios, y en especial de la televisión (Gerbner 2002).

La televisión es un medio de comunicación de una sola vía, donde el televidente recibe la información y no puede replicarla. Este medio se vuelve por lo tanto la forma en la que vemos a la sociedad y al mundo en sí representados. La comunicación masiva no es un mundo de realidades y sueños, sino por el contrario un creador activo de imágenes sintéticas y observador de ambas realidades y sueños desde puntos de vista, contextos y suposiciones históricamente estructuradas, social y tecnológicamente determinadas (Gerbner, 2002, p.82). De igual forma, los sueños populares de la industria cultural son producidos de manera privada para un público masivo en un mercado de deseos compartidos. La industria cultural existe por lo tanto con el fin de producir un beneficio sin importar la naturaleza o calidad, si el requerimiento inicial no es satisfecho, la empresa entonces deja de ser negocio (Gerbner, 2002, p.82).

Los encargados de los medios se debaten en la interminable búsqueda de representar la condición humana de manera imaginativa e informativa, mediante sueños que sanen y restablezcan e incluso reten o unan a los humanos a través del tiempo y el espacio. La televisión busca ofrecer diversidad cultural, diferentes puntos de vista y libertad de expresión, adaptándose a los deseos del mercado y dando así al receptor lo que desea (Gerbner, 2002). Esta idea podría llevar a pensar que la televisión local en ciertos estados de México, no es muy buena, con lo que se podría argumentar que si se hiciera una televisión con mayor calidad, esto podría aumentar el nivel de cultura general de los televidentes.

La mayoría de los espectadores comunes utilizan tanto los videos como la televisión local y el cable para tener un mayor acceso a lo que ellos consideran los programas más populares, en lo cual se ve reflejado el aumento de los efectos televisivos ya establecidos en lugar de minimizarlos. Por lo tanto lo que con mayor probabilidad *acultura* los conceptos que ya han sido establecidos y los cuales son comunes de la realidad resultan el patrón general de la programación al que se exponen (Morgan, Alexander y Shanahan y Harris, 1990).

1.4.3 El control social y la generación de la corriente de pensamiento dominante

Relacionando la perspectiva teórica de los estudios culturales con el planteamiento positivista de la teoría del cultivo, se observa que la televisión genera una fuerte influencia que impacta en los valores y sistemas de creencias de una sociedad. De esta manera, se puede entender que los mensajes que los medios manejan son previamente elaborados por un grupo ideológico dominante logrando que la audiencia adopte esta ideología sin atención explícita o consciente. Gracias a esto la sociedad alcanza una hegemonía generada por la repetición de símbolos y lenguajes que no es otra que la comunicación misma (Bailey, 2006). El análisis de cultivo sostiene que las formulas de contenido reflejan la estructura de poder y sirven para preservar y elevar dicha estructura (Bailey, 2006).

La teoría del cultivo ofrece bases para la crítica al papel de un medio que maneja el control social, analizando la forma en que es utilizado para la construcción de consensos o acuerdos en ciertas posturas mediante términos compartidos de discursos. Este sistema funciona en beneficio de las élites poderosas que poseen el control de los sistemas de comunicación, quienes codifican los mensajes en base a sus interéses para

que los contenidos sean internalizados por todas las personas que estén expuestas a los medios que ellos manejan (Gerbner, Morgan y Signorelli, 1990). Contrario a lo que se cree, la audiencia rara vez tiene la impresión de estar bajo dichos procesos de control, lo cual genera el proceso de manera natural con el paso del tiempo (Morgan y Shanahan 1999). La posesión del control remoto del televisor no da al usuario el poder de manejar la información, sino que solo permite la selección de los diferentes temas previamente preparados para su proyección.

Para Gerbner (2002) las agencias de comunicación dominantes producen sistemas de mensajes que cultivan los patrones dominantes de imágenes, donde se estructura una agenda de existencia, prioridades, valores y relaciones que las personas utilizan para apoyar sus ideas y/o acciones de manera que en conjunto componen a los mismos sistemas de mensajes (Gerbner, 2002). Cuando existe un cambio decisivo cultural, éste proviene de un cambio en las relaciones sociales que hace que los antiguos formatos se vuelvan disfuncionales para un nuevo orden. Éste cambio transforma significados y funciones en las imágenes existentes que son restablecidas en base a sus funciones para poder soportar y mantener al nuevo orden.

Se puede considerar que la teoría de la dependencia (Ball-Rokeach y DeFleur, 1976) está estrechamente ligada a la investigación de cultivo. Así lo plantearon Adoni y Mane (1984), quienes manejaban las personas que carecían de experiencias personales hacia ciertos temas eran más influenciadas por los medios y por lo tanto tendían más a confiar en ellos como fuente de información fidedigna (Bilandzic, 2006). Lo anterior nos lleva a considerar que las personas utilizadoras de la televisión como fuente de información llegan a vivir con ella homogeneizando las percepciones divergentes de la gente a una realidad social con una perspectiva convergente. Un efecto que se ha denominado como *mainstreaming* o sobreinclusión en su traducción al español, el cual

se genera mediante un proceso de construcción donde los espectadores conocen los hechos del mundo real a través de la observación del mundo televisivo (Cohen y Weimann, 2000). Logrando así una tendencia a la homogeneización de las ideas de las personas, donde los televidentes duros tienden a mantener ideas similares ante lo que se aporta en los medios.

La teoría del cultivo y el *mainstreaming* a pesar de no ser lo mismo, sirven como un complemento del otro, la sobreinclusión ha servido incluso para explicar los resultados contradictorios que algunas veces se daban en el cultivo. Mientras que el *mainstreaming* maneja una convergencia de las ideas dominantes que harán una forma de vida, la teoría del cultivo se basa en la cantidad de tiempo que el espectador se expone a ciertas ideas que le proveen lo medios (Gerbner 2002). De esta forma, la televisión se vuelve un instrumento capaz de absorber o anular diferencias tanto en comportamiento como en percepciones provenientes de otros factores e influencias como lo son las características religiosas, sociales, culturales, etc. Por su parte, la teoría del cultivo hace borrosas las distinciones tradicionales, mezcla los conceptos personales al mainstream y doblega éste a los intereses institucionales del medio y sus patrocinadores (Gerbner, 2002).

La teoría del cultivo posee un amplio contexto tanto histórico como de contenido. Morgan y Shanahan argumentan que los mensajes de poder, dominación, segregación y victimización cultivan puntos de vista relativamente restrictivos e intolerantes considerando la moralidad personal y libertades, roles de la mujer y derechos de minorías. En lugar de estimular la agresión, la teoría del cultivo concluyó que la exposición ardua a la violencia televisiva genera inseguridad, desconfianza y alineación, así como aceptar medidas extremadamente represivas buscando la seguridad

deseada, lo cual fortalece y ayuda a mantener la jerarquía prevaleciente del poder social (Morgan y Shanahan, 1999).

Los contenidos en los programas de televisión deben ser equilibrados y supuestamente presentar los dos lados de una situación para parecer objetivos. Dicha característica siguiere el cultivo de presentaciones y orientaciones relativamente moderadas (Martínez, 2006). En sus investigaciones, los autores han llegado al punto de afirmar que al ver cómo se trata un tema en la televisión se puede saber la forma en que la sociedad aborda o piensa sobre este tema. Gerbner demostró que el "mainstreaming" era una forma de pensar sobre el papel que tenía la televisión en las ideas de una nación, asumiendo que la televisión cultivaba ideas respecto a política, clase social y niveles de ingresos, creando así un mundo de percepciones e imágenes, en donde lo que sale en la televisión no es más que un reflejo de la vida del receptor (Gerbner, 1982). Por lo tanto, si la televisión nos muestra a un indígena atrasado, ignorante, flojo y necesitado esta imagen, es muy probable que esta imagen se convierta en la realidad de un individuo perteneciente a una minoría que contrario a esto lo único que busca es ser aceptado. Y, además, debido al efecto de la sobreinclusión, es probable que personas que a priori tuvieran ideas contradictorias o lejanas al respecto, tiendan a homogeneizarlas en torno a esta idea transmitida por los medios.

1.4.4. El proceso del cultivo de imágenes a través de los medios

El contexto de la palabra cultivo para esta teoría es diferente a la definición que se conoce de "efecto", ya que presupone una especie de relación entre el medio y su público, esto en base a la contribución de la televisión en la concepción de la realidad, quien no origina por sí sola los elementos para el cultivo, ni mucho menos los crea. El

contexto social, personal y cultural, donde son generados los mensajes de la televisión determinan la forma y el alcance de este medio (Gerbner, Morgan y Signorelli, 1990). Por ende, un elemento fundamental para el proceso del cultivo es el significado precisamente de este contexto y los factores que intervienen en él. Es decir, el género, la edad o clase social que posee el espectador crea una marcada diferencia en la perspectiva en la que verá al mundo (Gerbner 2002).

La televisión crea y refleja imágenes, opiniones y creencias, también busca sostener las necesidades, ideologías y valores existentes en los públicos masivos, adquiriendo así el receptor su identidad gracias a la exposición a estos mensajes. Es por ello que Gerbner afirma que las personas nacen en el ambiente de la televisión y se ven inmersas en él incluso antes de empezar a hablar o leer. Del mismo modo los patrones sociales y simbólicos establecidos en la infancia son los más fácilmente cultivados a través de la vida (Gerbner, 2002). Para él, la mayoría de sus conocimientos no provienen de situaciones experimentadas por ellos mismos, sino que más bien se debe a fuentes ajenas a la experiencia personal ya sea el caso de libros, imágenes audiovisuales y más actualmente internet, aunque definitivamente la mayor fuente de nuestras ideas e imágenes es la televisión. Por ejemplo, canales televisivos como *Travel Channel* llevan al público a conocer el mundo sin la necesidad de salir de casa, se disfrutan los partidos de futbol en el propio hogar e incluso existe televisión "educativa" para ir formando al individuo en el conocimiento por medio de programas educativos o clases vía televisión.

La televisión maneja las fuentes de entretenimiento e información para muchos espectadores, la exposición continua a estos mensajes es propensa a reiterar, confirmar y cultivar sus propios valores y perspectivas. La mayoría de las personas con determinadas características sociales y psicológicas, disposiciones y cosmovisiones, y

menos opciones atractivas, usan la televisión como un vehículo para la participación cultural, ligándose de esta forma con un mundo mucho más grande al que pertenece (Gerbner, Morgan y Signorielli 1990). Pero, frente a esta idea más positiva de los efectos televisivos, no hay que olvidar lo que sostiene Hughes (1980), respecto de que la televisión es una agencia del orden establecido y como tal sirve principalmente para extender y mantener, más que para alterar, amenazar o debilitar concepciones convencionales, creencias y comportamientos. Su función central no es generar un cambio, sino una resistencia al cambio.

Con todo, la teoría del cultivo no debe de ser concebida como un proceso unidireccional, sino como un proceso gravitacional donde el ángulo y dirección del jalón depende donde estén situados los grupos de espectadores y sus estilos de vida en referencia a la línea de gravedad del mundo de la televisión, siendo esta línea las ideas dominantes que han sido seleccionadas por la élite social y económica (Gerbner, 2002). La teoría del cultivo es parte de un proceso continuo, dinámico y actual de interacción entre mensajes y contextos donde cada grupo puede inclinarse en direcciones diferentes pero todos son afectados por la misma corriente central (Gerbner 2002). Un cambio radical de las relaciones sociales conduce por lo tanto a un cambio en el sistema de mensajes, generando así nuevas y diferentes perspectivas al cultivo.

Al respecto de los efectos provocados por los medios de comunicación, y más en concreto por ciertos géneros televisivos, cabe mencionar el trabajo desarrollado en Israelpor Cohen y Weimann (2000). Los autores observaron que cuanto mayor era la exposición a las noticias, una menor percepción de miedo y victimización era generada. Por otra parte, el ver novelas creaba una mayor desconfianza en las personas (Cohen y Weimann, 2000). Estos diferentes efectos generados por los distintos programas y géneros, lleva a la idea planteada por Morgan y Shanahan sobre que la teoría del cultivo

no va tan lejos para negar que los programas puedan variar, que la exposición pueda ser selectiva y que las variaciones en canales y géneros pueden existir Por ello, desde el análisis del cultivo se considera muy importante estudiar el tipo o clase de telespectadores existentes, pues esta variable puede ser clave para explicar su exposición y, por ende, los efectos generados por los programas y contenidos concretos que se visionan.

A partir de la valoración del tiempo en que las personas ven la televisión en un día estándar, se ha creando una clasificación de tres tipos de espectadores: ligeros de 0 a 1 hora al día, medios con un consumo de 2 a 3 horas al día, y por últimos los duros que son los que visionan más de tres horas de televisión diarias. Los estudios han comprobado que es en este último grupo de consumidores duros donde en mayor medida se presente el posible cultivo mediático (Morgan y Shanahan 1999).

Los métodos más utilizados en un análisis de cultivo, para conocer el consumo mediático y las creencias sobre la realidad social, son la encuesta y el análisis de contendido. A través de estas técnicas es posible responder preguntas sobre las creencias que la televisión cultiva. Para medir dichas percepciones se busca clasificar las diferentes tipos de efectos generados por la televisión. Los de primer orden se refieren a hechos del mundo de la televisión como características demográficas de la sociedad o la frecuencia de actos violentos. Los de segundo orden representan las actitudes como son la desconfianza, la lealtad o la satisfacción personal (Hawkins y Pinagree, 1982). Los resultados de este tipo de estudios han logrado detectar, en su mayoría, que los consumidores duros seleccionaban respuestas de la televisión más veces que las reales, a la hora de hacer sus composiciones del mundo social, comprobando así la teoría del cultivo (Bilandzic, 2006).

El cultivo es un proceso continuo, dinámico de interacción entre mensajes y contextos. En muchos casos los que ven gran cantidad de televisión pueden ser más propensos a dar las respuestas de la televisión, pero sus patrones resultan en mayor término complejos (Gerbner, 1999). Los espectadores ligeros generalmente tienden a exponerse a diversas fuentes de información adicionales, contrario a los duros quienes confían plenamente en la televisión, por lo que se maneja que la interacción personal del individuo con los diferentes medios pueda ser una diferencia (Gerbner, 2002). Apoyando esta idea, Morgan y Gross (1982) definen que los niños con mayores niveles de integración en sus grupos familiares o de amigos poseen una mayor resistencia al cultivo (Morgan y Gross, 1982). A pesar de esto, Gerbner (2002) comprueba que la televisión puede ejercer una influencia independiente en actitudes y comportamientos a través del tiempo, pero las estructuras de creencias y prácticas concretas de la vida diaria también pueden influenciar la exposición subsecuente (Gerbner, 2002).

Un ejemplo de ello es el efecto generado por una constante exposición a imágenes televisivas de un mundo violento, lo que puede desembocar en miedo a ser un víctima más de las estadísticas. Así es probable que la persona prefiera, quedarse en casa que arriesgarse a salir, pero al quedarse en casa en determinado momento encenderá su televisor y seguirá siendo expuesto a mensajes que le promuevan su fobia al salir (Gerbner, 2000). Por lo tanto las experiencias directas de las personas también juegan un rol primordial en la teoría del cultivo generando así el concepto de resonancia. Mediante la realización de diversos estudios, Gerbner (2000) descubrió que la combinación de la realidad diaria y la televisión proveen al espectador una dosis de mensajes que "resuenan" y amplifican el cultivo. La relación que existe entre las horas consumidas por televisión y la tendencia a percepciones exageradas de ciertos temas son

más comunes en las minorías del mundo real que suelen ser representadas como víctimas frecuentes en la televisión (Gerbner, 2000).

1.5 El estereotipo indígena en los medios de comunicación.

En un mundo perfecto, las diferencias raciales y étnicas deberían crear las bases sólidas de una sociedad justa. Lamentablemente dichas diferencias han servido en muchas sociedades como base de políticas sociales, leyes, costumbres, y normas que justifican toda clase de opresión y estructura social que promueve inequidad y dominación basada en clases razas y género (Bounds 2008). El sistema de racialización, prevalente aunque de forma sutil en muchas relaciones sociales actuales, va formando nuestra vida en sociedad y ha logrado únicamente división en múltiples formas que se terminan aceptando como buenas (Buselle y Crandall, 2002).

A pesar de que son diversos los vehículos que fungen como informantes de hegemonía en la estructura social, Bounds (2008) menciona que son los medios el principal agente de socialización en el que sus participantes son seducidos, educados y transformados por ideas relacionadas con raza, género, y clases sociales a nivel global. Por lo tanto, se tiene que en todas estas creencias existe como soporte la idea de la supremacía blanca, capitalista y patriarca. Aplicado al caso de México y más en concreto al estado de Nuevo León, las ideas de Bounds se ven totalmente reflejadas, ya sea por la cercanía de la ciudad con Estados Unidos, o por la adopción de la cultura estadounidense que es tan marcada en la zona Norte del País (García Rojas, 2003). De esta manera, podemos apreciar todos los magazines de las altas clases sociales, presentado bodas o actividades de un estatus muy elevado, donde se busca representar una similitud a gran escala con los estereotipos norteamericanos y se observa una

pasarela de cabelleras rubias y pupilentes de diversos colores, teniendo así como aspiración la "caracterización" de algo que no se es. En coincidencia con la idea de Mastro y Greenberg (2000) se observa que los latinoamericanos buscan tener un estilo de vida muy similar al de los estadounidenses transmitido y/o aprendido a través de los programas de televisión.

Pero, los medios también tienen la capacidad de transmitir ideas que configuran el arquetipo nacional de los países. Ello es mencionado por Eric Hobsbawm (2000) para quien los nuevos medios de comunicación permitieron estandarizar, homogeneizar y transformar las ideologías populares logrando de esta forma que los símbolos nacionales pasaran a formar parte de la vida de todos los individuos. En el repertorio cultural nacionalista de los países latinoamericanos, la imagen que se posee del indio es una parte fundamental de la construcción de sus identidades nacionales. Parafraseando a Vasconcelos (1925), desde una perspectiva nacionalista el glorioso pasado indígena, resulta apropiado para que los criollos de la Nueva España basaran a la nueva comunidad que querían crear en el México Independiente, utilizando así estos cimientos para forjar un país "pluricultural". La apropiación de este ideal resulta una tradición que se va transformando mediante el siglo XIX y logra subsistir más allá del siglo XX y de los estigmas revolucionarios (Hobsbawm, 2000).

En México y América Latina, el nacionalismo se ve reflejado en una identificación y valoración de lo propio y lo conocido buscando así negar y diferenciar lo extraño o extranjero. Se niega así la oportunidad de que aquellas personas que quieran defender la cultura en que nacieron lo hagan y al no adaptarse a la sociedad moderna queden excluidos y por lo tanto sean marginados, ya que no pueden adaptarse a un mundo que dista mucho de lo que ellos conciben como sociedad (García Rojas, 2003). Un fenómeno en el que es probable que influyan, y mucho, los estereotipos que

tradicionalmente se han mantenido respecto de los grupos sociales minoritarios por parte del grupo dominante.

En ciertas sociedades se ha observado que el papel de los medios resulta clave para la activación de estos estereotipos raciales mostrando definidas características de diversos grupos sociales en sus contenidos tanto informativos como de ficción. Entre más tiempo y de forma constante este tipo de imágenes sea transmitido, mayor será su aceptación como una realidad y se tendrá identificada a la persona de estos grupos por las singularidades presentadas (Givens y Monahan, 2005). Sin embargo, en otros contextos no se ha observado que este papel sea fuerte o, ni siquiera, que se produzca (Muñiz, Serrano, Aguilera y Rodríguez, 2010). Para Muñiz et al en México el consumo de televisión no logra explicar la generación de estereotipos negativos o positivos. Pero si se logra identificar que el prejuicio aumenta cuando el consumo televisivo resulta mayor y existe, en los programas vistos, una presencia de estereotipos negativos, mientras que disminuye si los estereotipos positivos se encuentran presentes. Indicándose así que la formación de la imagen sobre las etnias es derivada del contacto y aprendizaje social más que del vicario generado por la televisión.

Gorham (2004) plantea que los estereotipos dan forma a esquemas mentales que ayudan a las personas a simplificar el medio ambiente social en el que viven, procesando así de forma rápida y eficaz los estímulos entrantes basados en la presencia de pocas características relevantes. De tal manera que una específica forma de hablar, sumada a unas trenzas y a un rebozo, para una gran parte de la población pueden ser las características definitorias de un indígena. Por lo tanto, resulta sumamente importante identificar una definición que sirva como base para la investigación a realizar. Los estereotipos son creencias más o menos estructuradas en la mente de un sujeto sobre un grupo social (Paez, 2004). Lippman (1922) plantea que los estereotipos son imágenes

que existen en las mentes de las personas las cuales se utilizan para capturar al mundo en que vivimos. Dichos estereotipos cambian a través del tiempo cuando ya no facilitan el entendimiento de la vida real.

La televisión de acuerdo con Gerbner (1999) crea estereotipos de las representaciones de la vida real buscando exaltar al capitalismo en su máxima expresión como tema dominante, mientras que los que no buscan pertenecer o adaptarse a este sistema son ridiculizados y marginados tanto en los programas serios como en las comedias y/o telenovelas. Un ejemplo de ello puede ser la versión mexicana de la telenovela peruana *Simplemente María* (Televisa, 1989) donde se muestra una indígena que llega a la capital y es humillada y abusada por el simple hecho de no pertenecer a lo que se considera una sociedad moderna, con el paso de tiempo esta indígena pierde toda su etnicidad y mediante trabajo y esfuerzo crea un emporio capitalista lo cual le brinda reconocimiento, distinción y poder. Se observa que no importa la cuna de la que se viene o el género al que se pertenece, siempre y cuando estés dentro del mundo occidental.

Para Gerbner la televisión resulta la fuente primaria para socializar y recibir información, pero esta socialización no siempre conlleva un crecimiento en valores y tolerancia hacia la diversidad social y cultural que existe en la sociedad. Más bien, la gente que ha hecho a la televisión su sistema de vida ha carecido de oportunidades para participar en un sistema cultural nacional compartido. Estas personas han desarrollado definiciones del mundo y han legitimado su orden social en base a la continua repetición de mitos, ideologías, datos y relaciones que han sido presentadas por la televisión (Gerbner, et al., 2002). La forma en la que la televisión describe al rico y al pobre ha definido características que las personas identifican en los diferentes grupos de personas e inmediatamente las clasifican de acuerdo con lo que la televisión dicta.

Por parte de algunos autores (Bounds, 2008; Covert y Dixon 2008) se ha propuesto que los espectadores desarrollaron durante mucho tiempo una percepción sobre la gente afroamericana en cuanto a sexo y esclavitud identificándolos más como objetos para el placer del "blanco" y olvidándose de su humanidad. De esta misma forma la televisión u otros medios de comunicación como el cine, es posible que hayan transmitido un sin número de características que han conformado el estereotipo indígena representándolo en los medios como un ser cuya función es la de servir a un patrón y situarse, por tanto, en un estrato inferior de la sociedad.

A diferencia de otros medios, la televisión ofrece una restringida oportunidad de elección para los diferentes intereses del público. Al respecto Gerbner et al. (2002) demostraron en su estudio que la cantidad de televisión que se consume es acorde con el estilo de vida del espectador. Los diferentes espectadores por lo tanto son personas que en determinado momento del día tienen acceso a este medio, por lo que la elección de programas se ve más relacionada con el horario que con la variedad misma, generándose así lo que ha sido denominado como un "uso ritualista". Debido a esto, los programas que son dirigidos hacia un mismo público resultan ser similares en todos sus aspectos (Signorielli, 1986).

Algo similar a lo propuesto por Signorielli (1986) se puede encontrar en la programación ofrecida por la televisión local en Nuevo León. Programas como Gente Regia, Vivalavi y demás magazines resultan ser exactamente iguales, pero con diferentes conductores. Espacios utilizados para llegar a las amas de casa y a sus empleadas domésticas. Un grupo este último que de acuerdo con Durín (2009) en más del 80% está constituido por personas de origen indígena.

Los adolescentes en la actualidad son las personas más susceptibles a los diferentes estereotipos de la sociedad que presenta la televisión (Covert y Dixon, 2008; Durín, 2006). Ellos distinguen a las razas discriminadas e identifican que es una acción negativa la que la televisión lleva a cabo, sin embargo pierden sensibilidad y tienden a cometer las mismas conductas que ven en la televisión. Esto puede derivar en que si el *joven de la casa* abusa, de forma tanto física como psicológica, de la doméstica es una actitud hasta cierto punto normal y aceptable, mucho más si ésta es indígena.

De acuerdo con Mastro y Stern (2003) la televisión estadounidense representa a los latinos de forma negativa, ligados generalmente a inmigrantes indígenas que buscan lograr el sueño americano. Contrario a esto, Durin maneja que la mayoría de los indígenas que emigran de su lugar de origen, lo hacen a ciudades importantes dentro de México, y difícilmente llegan a cruzar la frontera, aunque gracias a la identificación indígena que se ha dado al mexicano no es absurdo entender el porqué la industria americana maneja esa imagen de los latinos (Durín, 2003).

Comparativamente, la imagen de la sociedad afroamericana en Estados Unidos sufrió muchas discriminaciones y estereotipos negativos en todo tipo de medios, especialmente la televisión, la cual, con el paso del tiempo, *arrepentida* se dedicó a dignificar y cambiar la imagen que antes buscaba ridiculizar para convertirla y llenarla de contenidos *políticamente correctos*. Los sistemas de comunicación deben de ir evolucionando y rompiendo los viejos paradigmas. Por ejemplo, anteriormente un afroamericano tendía a ser el villano o una persona de bajo recursos en algunas producciones de Hollywood pero ahora tienden a ocupar papeles estelares e incluso tienen sus propios *sitcoms*.

En comparación la cultura latina actualmente sufre los mismos efectos, esperando que igual que sucedió con la raza negra, la televisión actúe de la misma manera (Mastro y Greenberg, 2000). Se puede dar, por tanto, un cierto paralelismo entre lo que la televisión americana hizo con los negros y lo que la televisión mexicana comete con los indígenas, presentándolos de una forma poco favorable y hasta cierto punto ridícula, algo que puede llegar a ocasionar incluso que los mismos indígenas nieguen su origen. Lo que lleva hasta el hecho de que una organización como el INEGI tenga problemas en identificar las diferentes etnias que se han ido estableciendo en las ciudades del país. Cabe destacar que aunque resalta su nobleza y su ingenuidad carismática, la televisión, así como otros medios, han generalizado una marcada imagen del indígena como una persona poco capaz y sumida en una enorme pobreza (Durín, 2006), la cual debe de estar siempre sometida a la mano dura de un "patrón" que lo impulse a salir adelante Para de esta forma dejar atrás su pasado autóctono y folklórico para ingresar a un mundo occidental y avanzado al que tal vez la persona indígena nunca deseó ingresar.

El cine ha participado de forma directa en la construcción de lo que se pretende conocer como una identidad nacional, afianzándose a una visión imaginaria de las etnias indígenas. De acuerdo con Nahmad (2007), la época de oro del cine mexicano abarca una amplia gama de representaciones indígenas, algunas exaltándolos y otras de baja calidad. A pesar de esto, estas representaciones conforman en sí documentos culturales que muestran el marco conceptual al que fue traducido la percepción indígena para los códigos comunicacionales hegemónicos que convierten al indio en uno de los grandes personajes representativos del México propuesto por el cine (Nahmad, 2007).

En este contexto, *María Candelaria* resulta la cinta indígena por excelencia en la cual se ve consolidada la pretensión nacionalista del cine, transcendiendo hasta un punto internacional de recibir premios en el extranjero (Nahmad, 2007). A través de la película se creó todo un concepto para elevar al máximo la figura del indio, haciendo de este un elemento cultural universal que promovía la identidad mexicana. Este personaje se transformó en un estereotipo de lo que debía ser concebido como real, rodeado de paisajes hermosos y a la vez de piedras y sufrimientos. Por ello, se puede considerar que María Candelaria logró que los co-nacionales y extranjeros alabaran el folklore mexicano. Pero también es posible que, quizá de forma involuntaria y no deseada, haya contribuido a extender y generar un ideario sobre el indígena basado en rasgos estereotípicos —como el uso de trenzas y otros rasgos autóctonos inexistentes en los colectivos indígenas— que han quedado marcados en el ideario colectivo y han sido reutilizados a la hora de representar a personajes indígenas en los medios.

Este resultado puede tener que ver con la escasa presencia de profesionales de origen indígena que aporten, dese la producción, a crear representaciones más acordes en los medios. Al respecto, el convenio 169 de la Organización Internacional del Trabajo, en el Apartado 6, Articulo 30, declara: Que los gobiernos deben recurrir "si fuese necesario a tradiciones escritas y a los medios de comunicación de masas en las lenguas de dichos pueblos" para mantener las tradiciones y culturas de las comunidades indígenas. Esta propuesta se generó debido al deseo de la presencia de grupos indígenas en la producción de comunicación tecnológica y masiva. Esta hegemonía cultural de las personas no indígenas sobre los medios de comunicación, puede haber motiva el que desde los grupos indígenas se haya buscado la forma de dar a conocer su realidad con el apoyo de medios de comunicación étnicos propios, buscando eliminar la percepción negativa que algunos medios han creado sobre ellos.

De acuerdo con Giménez Montiel (2000), las diferentes etnias indígenas que aún existen en México viven una pelea diaria contra los estereotipos y representaciones históricas que los han subyugado por siglos. Por una parte, apropiándose de una identidad que les fue formulada por el grupo dominante y, por otra, buscando darse a conocer en diversos medios de comunicación para de esta forma definir por sí mismos y según sus propios criterios la identidad que poseen. Nahmad (2007) siguiendo la misma línea, maneja que los indígenas buscan de una manera "tomar las riendas" para así construir y reformular su propia representación con la ayuda de los medios masivos, como es el caso de la radio, el cine y fundamentalmente la televisión. A través de los cuales intentan manifestar otras formas de "articulación discursiva" que logren cambiar de esta manera las visiones vacías que existen sobre las hegemonías culturales, construyendo nuevos órdenes discursivos, en los cuales sean identificados como etnias diferentes con un pasado y unas características específicas.

Los proyectos de etnicidad de los movimientos indígenas son luchas que no se dan en únicamente en el ámbito político. La disputa que existe por el reconocimiento y la autodeterminación se encuentra en las expresiones culturales de los diversos grupos indígenas y no sólo tiene que ver con los elementos tradicionales que tanto los representan como son los rituales, cantos o bailes; se manifiesta también en los intentos cotidianos que ellos tienen por participar en los medios de comunicación tecnológica y en la pugna constante por una representación propia (Giménez, 2000).

Ello debe hacer pensar que la presentación en los medio de los indígenas no ha de ser sólo la de un "chiste" o una "broma", sino que es tan importante como la de cualquier individuo. Las sociedades latinoamericanas siguen estancadas en la visión que poseen del mundo con el mediador epistemológico en el que se ha convertido la industria cultural estadounidense y por lo tanto la homogenización visual que la misma

propone, logrando que las minorías indígenas se encuentren como siempre han estado, al margen de una sociedad que no las acepta y enfrentando por lo mismo una gran dificultad de aceptación, popularización y acceso a espacios de difusión masiva a los cuales deberían tener acceso (Nahmand, 2007, p.121). No hay que olvidar que "La apropiación de medios tecnológicos de comunicación abre a los grupos indígenas las posibilidades de ser vistos y oídos por los consumidores de narrativas occidentalizadas que los han ignorado por siglos." (Nahmad, 2007, p.125).

CAPÍTULO II:
HIPÓTESIS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

El objetivo principal de este trabajo es identificar mediante un análisis la representación mediática que se realiza de los indígenas en los programas de la televisión local emitidos en las televisoras en abierto en el estado de Nuevo León, identificando los estereotipos que existen sobre ellos. De acuerdo con Navarrete (2008), el indígena es la persona, individuo o ser originario de un país, pero no una personificación del estereotipo, que generalmente se reproduce de forma mental y en el cual predomina cierto tipo de vestimenta, determinados rasgos y/o una particular forma de peinarse, en sí una específica forma de ser (Navarrete, 2008, p.8). Como se ha vistó en el marco teórico, la comunidad indígena en Nuevo León aunque reducida es también una realidad, y su migración hacia este estado es cada vez mayor (Durín, 2009). Por lo que es de suma importancia identificar la forma en que son mostrados en los espacios televisivos locales. Ello debido a que cualquier persona que cuente con un televisor sin importar religión, sexo o clase social, puede tener acceso a los programas que trasmiten las cadenas de televisión, cuyas representaciones de la realidad tienden a convertirse en creencias para los consumidores más duros (Gerbner, 1982).

Los censos de población (INEGI) demuestran cómo las comunidades indígenas en la Zona Metropolita de Monterrey (ZMM) han ido en aumento y se han establecido en colonias incluso habitadas exclusivamente por ellos. Poco a poco estos individuos han pasado a ser un porcentaje importante de la población del Estado y por lo mismo, su representación ha ido en aumento y con ello es posible su estereotipación. Debido a esta situación, la forma en la cual se represente al indígena en los programas de televisión se convierte en un arquetipo que muchas personas identifican, sin detenerse a pensar si es bueno o malo, si es verdad o mentira. Las expresiones sociales que la televisión reproduce son adoptadas tanto por gente joven, como por gente adulta y son estilos de vida que se van adoptando (Bounds, 2008). Por todo lo anterior, la representación que la televisión local ofrezca de los indígenas y sus etnias debe ser analizada con esmero, ya que es muy probable se simbolice la forma en que muchas personas tenderán a identificar a estos grupos. Los antecedentes presentados hasta el momento en el estudio a nivel interpersonal, llevan a plantear como hipótesis principal de esta investigación la siguiente afirmación:

> *La televisión local discrimina al indígena, debido a la representación mediática que expone de él en sus programas de entretenimiento y ficción*

Como resultado de la revisión de literatura realizada, no se ha detectado la existencia como tal un estudio que haya investigado los estereotipos mediáticos de los indígenas en México, desde planteamientos teóricos como la hipótesis del cultivo. Durante la recopilación de artículos e investigaciones para la realización de esta tesis, se encontró un grave vacio en relación a estudios de este tipo y aún más en cuanto a los autores. La hipótesis principal del estudio, antes mencionada, busca complementarse con la respuesta a las siguientes preguntas de investigación:

PI1: ¿Qué tanto están presentes los personajes indígenas dentro de los programas de entretenimiento y ficción analizados?

PI2: ¿Cuál es el estereotipo que se presenta del indígena en la televisión local de Nuevo León?

PI3: ¿Qué diferencias físicas se muestran entre los personajes indígenas y los que no lo son dentro de los programas?

PI4: ¿Se establece alguna diferenciación entre las etnias indígenas que son presentadas en la televisión local?

Como se recordará, los estereotipos han sido definidos como creencias más o menos estructuradas en la mente de un sujeto sobre un grupo social (Páez, 2004). Atendiendo a los contenidos audiovisuales y su impacto social, es posible que se haya llevado a identificar a los indígenas relacionándolos con personajes ficticios creados por los medios de comunicación como *María Candelaria*, el indio *Tizoc*, o la *india María*. Todos ellos con características muy poco favorables que han trascendido a lo largo de los años y se ven ahora reflejadas en los personajes ficticios presentes en los programas televisivos de todo el país. Debido a esta situación, resulta interesante analizar e identificar la forma en que son representados los indígenas en la televisión neoleonesa. Así como saber si esta misma representación incluye elementos discriminatorios hacia ellos, en vez de buscar su exaltación como se pretendía en las primeras representaciones de estas personas en los medios masivos de comunicación (Nahmad, 2007).

CAPÍTULO III:

METODOLOGÍA

3.1. Técnica de estudio

Para dar respuesta a las preguntas y comprobar la hipótesis de investigación planteada, se realizó un análisis de contenido de los programas de entretenimiento y ficción emitidos por las televisoras de la Zona Metropolitana de Monterrey. El análisis de contenido es utilizado para evaluar los mensajes que el público en general está recibiendo del medio al cual es expuesto (Martínez, 2006). De acuerdo con Piñuel, esta técnica conlleva un conjunto de procedimientos interpretativos de "productos comunicativos" (mensajes, textos o discursos) que proceden de procesos singulares de comunicación previamente registrados, y que, basados en técnicas de medida, a veces cuantitativas (estadísticas basadas en el recuento de unidades), a veces cualitativas (lógicas basadas en la combinación de categorías) tienen como finalidad la elaboración y procesamiento de datos relevantes sobre las varias condiciones en que se ha producido y ejemplificado la información que llega a los receptores (Piñuel, 2002, p.19).

A finales del Siglo XX el análisis de contenido tuvo un gran auge y se utilizó principalmente en teorías como la de cultivo o la de la agenda setting, siguiendo ciertas teorías del condicionamiento de Pavlov así como la psicología social de Mcdougall, quienes buscaban entender el mensaje que se transmitía al receptor y el significado que contenía (Sorice, 2005). La propia denominación que recibe por ser precisamente un análisis de contenido, lleva a creer que este mismo *contenido* se encuentra oculto dentro de un continente que no es otra cosa más que el documento físico o el programa. Este continente será analizado de forma interna para develar el significado, logrando así una nueva interpretación gracias a los datos obtenidos del análisis, permitiendo un diagnóstico a través de la penetración intelectual (Piñuel, 2002). El mensaje será analizado en forma interna debido a que las dimensiones de los datos que son extraídos del análisis sólo existen fuera de los ya denominados "continentes", es decir, en la mente de los sujetos productores o usuarios de los mensajes que se buscan estudiar, generándose así un procedimiento interpretativo (Piñuel, 2002, p.3).

Para que el denominado proceso interpretativo pueda ser la base estratégica y técnica de toda investigación, se debe requerir una elaboración previa de una amplia gama de categorías derivadas de un marco metodológico en que se fija como objeto de estudio la comunicación, siendo estas variables de apreciación física, psicológica, de apariencia, estilo de vida, demográficas y un sinfín de variables dependiendo lo que se busque (Martinez, 2006, p.p. 26-27). De este marco metodológico es precisamente de donde se podrán identificar las "hipótesis y objetivos que sostienen el procedimiento de normalización de la diversidad superficial del cuerpo textual o material de análisis, con vistas al registro de los datos, a su procesamiento estadístico y/o lógico y a su posterior interpretación" (Piñuel, 2002, p.7). Por lo que la parte más importante del análisis de contenido es definir las variables que se utilizan y su medición para formar así el cuerpo

del texto a estudiar. Se llega a entender por lo tanto, que el análisis de contenido debe ser entendido como un *metatexto* que es el resultado de la transformación de un "texto primitivo" (o imágenes primitivas en el caso de la televisión) sobre el cual se opera una transformación que sirve para modificarlo controladamente de acuerdo a unas reglas de procedimiento, de análisis y de refutación confiables y válidas (Piñuel, 2002, p.7).

De acuerdo con Piñuel (2002) un análisis de contenido incluiría necesariamente los siguientes pasos: a) selección de la comunicación que será estudiada; b) selección de las categorías que se utilizarán; c) selección de las unidades de análisis y d) selección del sistema de recuento o de medida. Estas selecciones deben tener como fin ofrecer un perfil lo más aproximado posible de esta metodología, logrando así elaborar una reflexión provisional sobre la metodología del análisis de contenido de acuerdo a los procedimientos previos que los caracterizan, aunque sin adentrarse en las combinaciones, intersecciones o mezclas, que se puedan dar entre ellos (p.7-8)

Siguiendo el pensamiento de Berelson (1952), considerado como uno de los padres en la utilización de esta técnica, el resultado final de cualquier análisis de contenido depende de una buena operacionalización de sus categorías de análisis. La selección del medio del que se obtendrá la información permite enmarcar fenomenológicamente el objeto material de análisis y por lo tanto las fuentes del material que formen en sí el cuerpo del estudio, a su vez, la selección de categorías que se estudiarán construye la "mirada" del objeto, por lo que las categorías siempre derivan de las miradas, o lo que es más preciso, de las representaciones que permiten la mirada del objeto de análisis.

Todo proceso de cultivo mediático implica la presentación a través de los programas y contenidos de esos medios de ciertos estereotipos, rasgos o roles con que son asociados los grupos sociales. Es por ello que dentro de la teoría del cultivo se

contempla el análisis de mensajes que se presentan en la televisión mediante la definición de los patrones más recurrentes, estables y dominantes de su contenido. Pautas que son presentadas en la mayor parte de programas, mediante imágenes consistentes y valores que pueden convertirse en marcos de entendimiento o *indicadores culturales* para el consumidor regular.

En su planteamiento teórico, Gerbner (2002) señala que los mensajes de televisión no deben ser vistos únicamente como componentes de programas específicos, géneros u horarios, sino más bien como transmisores de un sistema completo de ideas y normas para comprender el mundo y las relaciones sociales. Por ello, es clave el análisis de los contenidos existentes, a fin de desentrañar este ideario oculto en los programas. Para ello, existen cuatro dimensiones de contenido que se resaltan en un análisis del sistema de mensajes, estas son: la existencia de lo que hay en el mundo simbólico, las prioridades de lo importante, los valores y las relaciones. Estas dimensiones sirven para identificar los patrones y representaciones dominantes en el mundo televisivo (Morgan y Shanahan, 1999). El estudio que se presenta en esta tesis se apoya principalmente en la primera de las dimensiones planteadas, pues pretende conocer qué mundo simbólico se está presentando en los programas con respecto a los indígenas mexicanos.

3.2. Muestra de contenidos

El estudio contempló, como ya se ha indicado, el análisis de la programación de tres canales de televisión local de Nuevo León, seleccionando de entre todos los existentes los tres de ámbito local y con emisión en abierto: Multimedios Estrellas de Oro Canal 12, Tv Azteca Monterrey Canal 7 y Televisa Monterrey Canal 34. Con ello se pretendía conocer la imagen del indígena generada en los programas más cercanos a

la población de la Zona Metropolitana de Monterrey, como pudieran ser lo emitidos en los canales locales.

Dentro de estos canales, el universo de estudio venía constituido por todos los programas de ficción y entretenimiento de origen mexicano emitidos a lo largo de la semana. Para un trabajo más efectivo, se analizaron únicamente los programas grabados durante el verano de 2009, constituido por los meses de junio y julio. Dentro de los días contemplados para el estudio, se revisaron todos los programas que quedaran englobados en alguna de las siguientes tres franjas horarias: 6 a.m. a 12 p.m., 12:01 p.m. a 6:00 p.m. y por último de 6:01 p.m. a 12:00 a.m. De esta manera, se estima que se pudo analizar el máximo de la programación presentada en los canales y vista por los telespectadores.

En la selección de los programas emitidos por los canales fueron excluidos los comerciales, las noticias, los programas de entretenimiento (como por ejemplo *realities*) o de ficción (películas, series, *sitcoms*) de origen extranjero, así como los programas referentes a la ayuda social. Esto se estableció de acuerdo a lo postulado por Gerbner *et al.* (1996), que recomiendan centrarse exclusivamente en aspectos y términos enfocados a programas como noticias, publicidad, donde los conceptos repetitivos no son tan claros y crean un elevado riesgo de perder de vista lo más esencial de la televisión que es ser el narrador de historias comunes y sucesos cotidianos, como los programas tipo magazines o de entretenimiento local. Los programas extranjeros quedaron descartados debido a que el presente estudio se enfoca a la representación que programas locales le dan al indígena mexicano, no lo que productores desde otros países busquen extranjeros buscan mostrar sobre ellos en sus programas.

Fueron revisados únicamente los programas emitidos en los días entre semana del mes de junio y los 3 primeros días de Julio del año 2009, debido a que se decidió aprovechar los contenidos grabados que se encontraban en el depósito del Centro de Investigación en Comunicación e Información (CINCO) del Tecnológico de Monterrey, Campus Monterrey. Así pues, fueron un total de 18 días a examinar. Una vez seleccionados los días de análisis, se procedió a identificar dentro de los programas semanales la aparición de personajes indígenas, para utilizar exclusivamente los programas que mostraran estos personajes ya fueran ficticios o reales. En esta fase se detectaron un total de 24 programas emitidos dentro de las fechas establecidas. Dentro de ellos se detectaron el total de personajes (n = 1052), y se seleccionó de entre ellos los que estuvieran caracterizados como indígenas (n = 31), que supusieron el 2.95% de la población total.

De toda la programación, sólo tres programas presentaron indígenas en su espacio, estos programas fueron: "Gente Regia" (*Televisa Monterrey*), "El Club" (*Televisa Monterrey*) y "Lo que la gente cuenta" (*TV Azteca Monterrey*). Centrándose en los programas con presencia indígena, el total de personajes presentes fue de 46, de los cuales 31 estaban caracterizados como indígenas (67.4%) frente a 15 personajes que carecían de esta representación (32.6%). En el Anexo 2 se presenta una tabla con los programas, horarios y una breve descripción de los personajes que fueron analizados.

Debido al formato de magazine y entretenimiento que siguen los programas "Gente Regia" y "El Club", se codificó a los personajes indígenas sólo en los *sketches* en los que éstos aparecían. También se utilizó la información de los personajes no indígenas que interactuaban con ellos, para tener una visión más completa de cómo representan a todos los personajes. Por su parte, "Lo que la gente cuenta" es un programa en formato de serie, donde se presentan diferentes historias y a sus

protagonistas. Para este caso se codificó a los personajes que aparecían en el programa y se analizaban sus características. En ambos casos, se tomó como unidad de contexto el *sketch* o el capítulo, y no el programa. De esta manera, un mismo personaje podría ser evaluado tantas veces como capítulos tuviera el programa y no una única vez para todo el período temporal estudiado.

3.3. Libro de códigos

Se utilizó el libro de códigos diseñado para el proyecto de investigación de CONACYT titulado "Efectos de la representación de los indígenas en los medios de comunicación sobre su percepción por la población juvenil", con el cual se busca analizar aspectos principales del personaje, siendo estos el tipo de personaje y el rol narrativo que presenta, las características, físicas, los temas que maneja, entre otros (Ver Anexo 1). El instrumento está compuesto por los siguientes apartados principales:

Datos de identificación básicos: Se codificó el tipo de programa analizado (1= película, 2 = serie y 3 = programa de entretenimiento y variedades), así como el tipo de personaje que en concreto se codificaría (1 = principal, 2 = secundario y 3 = reparto o *background*). También se evaluó el rol narrativo desempeñado por el personaje, codificando si era el de protagonista (1), antagonista o villano (2), secundario protagónico (3) o bien secundario antagónico (4). También del personaje se analizó su género (1 = masculino o 2 = femenino), si estaba (1) o no (0) caracterizado como un personaje indígena, y se ubicaba un apartado para anotar la profesión que desempeñaba, si esta era identificable o no. De esta forma se identifica mucho más fácil al personaje principal de la serie y programa, para poder tomar en cuenta los protagonistas necesarios para el estudio.

Características físicas del personaje. Se codificó de forma dicotómica (1 = sí y 0 = no) si el personaje tenía alguna de las siguientes características físicas: ojos claros, ojos oscuros, complexión delgada, complexión normal, complexión gorda/obesa, estatura alta, estatura normal, estatura baja, cabello rubio, cabello negro, piel oscura, apariencia física guapa, apariencia física normal y/o apariencia física fea. También se identificó si tenía acento, entendiendo por él la entonación o modulación de la voz de un personaje, la cual se integra de las particularidades fonéticas, rítmicas y melódicas que caracterizan el habla de un país, región, ciudad, etc. Por ejemplo, acento extranjero (americano) o regional (yucateco).

Características de apariencia del personaje. De la misma manera se evaluó si el personaje tenía (1) o no (0) las siguientes características de apariencia: aparecer maquillado, aparecer natural (sin maquillaje), tener adornos (con accesorios), aparecer sencillo (sin accesorios ni adornos), llevar ropa atrevida y provocativa, llevar ropa conservadora, vestir ropa normal, llevar ropa tradicional, ir con un peinado arreglado y/o aparecer limpio.

Prácticas y comportamientos del personaje: Se evaluó si el personaje mostraba (1) o no (0) una actitud religiosa habitual durante el desempeño de su papel, tales como rezar el rosario, asistir a oficios, etc. También se evaluó el comportamiento violento del personaje, codificando si cometía (1) o no (0) algún acto que implicara violencia física hacia otros personajes, violencia psicológica hacia otros personajes, o si bien recibía un acto de violencia física o de violencia psicológica.

Características actitudinales del personaje. Se buscó evaluar también algunas características de corte actitudinal de los personajes. De esta manera, se pidió a los codificadores que indicaran si el personaje era (1) o no (0) agradecido, ingrato,

amistoso, antisocial, bueno, malo, desconfiado, confiado, desleal, injusto, calmado, alterado, pasivo, agresivo, flojo, trabajador, ridiculizado, respetado, tonto, inteligente, abierto, mentiroso y/o provocativo.

Temas que trataba el personaje. Finalmente se quiso identificar los temas que eran tratados por los personajes en los programas, agrupándolos en temas generales e identificando el número de veces que se recurría a hablar del tema. Ubicando así el contexto en el que se desarrollaba el personaje y lo que para éste resultaba importante comentar o discutir dentro de su caracterización.

3.4. Codificación y fiabilidad

El análisis de contenido fue realizado por dos investigadores, que formaban parte del proyecto de investigación antes indicado. El trabajo desarrollado por ambos investigadores consistió en visionar los programas locales seleccionados, en los cuales se identificaban los personajes tanto indígenas como los no indígenas, realizando así el análisis de contenido apoyándose con el libro de códigos diseñado para identificar todas las variables buscadas. Este procedimiento se hizo tanto para las representaciones de los indígenas como para las representaciones de los personajes que interactuaban con ellos, ya fueran pertenecientes al grupo minoritario o no.

Con posterioridad al proceso de codificación, y a fin estimar la confiabilidad del estudio (*intercoder reliability*), se codificó nuevamente toda la muestra, al estar constituida por pocas unidades. Esta prueba de confiabilidad se realiza debido a que la percepción que existe sobre un personaje en la televisión muchas veces difiere de una persona a otra (Gerbner, 2002). Por ello es importante checar hasta qué punto la percepción de los investigadores es similar al evaluar a cada personaje de la muestra, a fin de que los resultados san representativos para la investigación. El valor mínimo

obtenido tras el chequeó de la fiabilidad intercodificadores (Fórmula de la Pi de Scott) fue de .70, obtenido en la variables relativas a la "complexión normal" del personaje. El valor medio de acuerdo de las variables que fueron consideradas para el estudio fue de .99, lo que indica una alta confiabilidad. Todos los datos obtenidos en la codificación fueron capturados y analizados con el paquete estadístico SPSS v. 19.0. En concreto, se calcularon pruebas de Chi cuadrado, al contar únicamente con variables cualitativas en el estudio.

CAPÍTULO IV:

ANÁLISIS DE RESULTADOS

4.1 Análisis descriptivo de la muestra

Las unidades de análisis fueron los 46 personajes tanto indígenas como no indígenas que el muestreo arrojó. Los programas donde se identificaron resultaron, en su mayoría, de entretenimiento debido a que únicamente una serie manejaba personajes indígenas, teniendo así que la mayor parte de los personajes indígenas se encontraron en los programas de entretenimiento general (Gente Regia, El Club), donde se pudo ubicar al 96.8% de ellos. Sin embargo, la presencia de los personajes no indígenas dominó en las series (26.7%), $\chi^2(1) = 5.733$, $p < .05$.

En cuanto a la etnia de los personajes resultó identificable que 15 de estos pertenecían al grupo catalogado como No indígena, representando de esta forma a un 32.6%, mientras que más de la mitad pertenecían al grupo que se desea estudiar, obteniendo así un 67.4% del conjunto de estudio (31 personajes), de los cuales

únicamente el 16.1% se identificó como perteneciente a un grupo indígena, el Huichol, mientras que el restante 83.9%, nunca aclaró a qué grupo pertenecía, aunque esta última diferenciación no resulto estadísticamente representativa $\chi^2(1) = 2.714$, $p > .05$.

De acuerdo con los resultados obtenidos para los programas analizados, un 69.6% de los personajes presentados desempeñan un papel principal, un 23.9% tienen un papel secundario y tan sólo un 3% de ellos pueden considerarse como de reparto o incidentales. Dentro de los personajes principales dominaban los caracterizados como indígenas (80.6%), mientras que dentro de los personajes secundarios dominaban los no indígenas (46.7%). Sin embargo, en los personajes de reparto no se observaron diferencias significativas entre ambos grupos, $\chi^2(2) = 6.497$, $p < .05$. Con respecto al rol desempeñado por esos personajes, la mayoría eran protagónicos (63%), detectándose únicamente un 37% de secundarios protagónicos. Al entrar en la comparación por rol del personaje, se encontraron diferencias significativas a nivel estadístico, $\chi^2(1) = 8.433$, $p < .01$. Así, los personajes indígenas eran mayoritarios entre los protagonistas (77.4%), mientras que los no indígenas lo eran entre los secundarios protagónicos (66.7%).

Por último, dentro del análisis fotográfico de los datos obtenidos, se encontró que el 60.9% de los personajes eran mujeres, mientras que sólo un 39.1% eran hombres. Se compararon nuevamente estos datos entre personajes indígenas y no indígenas. Sin embargo, en este caso no se detectaron diferencias significativas en función del género, $\chi^2(1) = 0.531$, $p = .530$. lo cual lleva a concluir que la distribución de hombres y mujeres es aplicable para ambos tipos de personajes sin distinción alguna, no como lo ocurrido con el resto de variables estudiadas.

4.2 Caracterizaciones Físicas y de Apariencia del indígena

Se utilizaron los diferentes aspectos evaluados en el libro de códigos con el fin de conocer la caracterización que se hace de las personas indígenas en los programas de entretenimiento y ficción nacionales. La Tabla 1 presenta las diferentes puntuaciones para los aspectos físicos entre los personajes indígenas y los que no los son dentro de los programas analizados.

Tabla 1: Aspectos físicos presentes en los personajes analizados, en función de su caracterización como indígenas o no.

Aspectos físicos	Tipo de personaje		*P*
	No indígena	Sí indígena	
Ojos claros	**40**	**-**	**.001**
Ojos oscuros	**53.3**	**100**	**.001**
Complexión delgada	**33.3**	**6.5**	**.029**
Complexión normal	33.3	16.1	.257
Complexión gorda/obesa	**40**	**77.4**	**.021**
Estatura alta	20	25.8	.999
Estatura normal	**53.3**	**12.9**	**.009**
Estatura baja	26.7	61.3	.057
Cabello rubio	**33.3**	**-**	**.002**
Cabello negro	**40**	**96.8**	**.001**
Piel oscura	**40**	**100**	**.001**
Apariencia física guapo	**40**	**-**	**.001**
Apariencia física normal	**20**	**96.8**	**.001**
Apariencia física feo	**40**	**3.2**	**.003**
Acento	**-**	**74.2**	**.001**

Nota: Los datos aportados representan el porcentaje de ocasiones en que los personajes analizados sí tenían el aspecto físico analizado. En negrita se indican las diferencias estadísticamente significativas.

Dentro de los aspectos físicos que destacan como características de los personajes indígenas se puede mencionar el ser presentados como personas de ojos oscuros (100%), de complexión física gruesa o incluso obesa (77.4%), de una estatura baja (61.3%), de cabello negro (96.8%) y piel oscura (100%), de apariencia física normal (96.8%), es decir, ni guapa ni fea, más bien buscando una apariencia totalmente neutra y, por último, con un marcado acento característico (74.2%) que busca distinguirlos de los otros personajes. Al contrario, los caracterizados como personajes no indígenas eran presentados generalmente como personas de estatura normal (53.3%), de ojos claros (40%), de complexión delgada (33.3%) y por último de apariencia física muy marcada, ya fuera guapa (40%) o fea (40%) y tono de cabello rubio (33.3%). Dentro de los datos presentados en la Tabla 1, se puede observar que fueron pocos los aspectos donde no se observaron claras diferencias entre los personajes, indicando la importancia de utilizar estereotipos físicos a la hora de preparar una caracterización de personaje.

El análisis de los aspectos relativos a la apariencia externa con la que los personajes son caracterizados reveló pocas diferencias entre los aspectos estudiados como se puede confirmar en la Tabla 2. Únicamente se pueden aprecias las diferencias relacionadas con respecto a la vestimenta. De ésta manera los personajes indígenas son caracterizados siempre vistiendo ropa tradicional (100%) mientras que los no indígenas destacan por portar ropa normal (73.3%) que puede definirse también como vestuario moderno. Sin embargo, no se encontraron diferencias entre el resto de los aspectos estudiados dejando al aire la idea de que los personajes indígenas se valen del uso de maquillaje, peinados o adornos para lograr una mejor personificación en sus caracterizaciones.

Tabla 2: Aspectos relativos a la apariencia presentes en los personajes analizados, en función de su caracterización como indígenas o no.

Aspectos relativos a la apariencia	Tipo de personaje		*P*
	No indígena	Sí indígena	
Maquillado	46.7	61.3	.527
Natural (sin maquillaje)	26.7	32.3	.999
Adornado (con accesorios)	93.3	96.8	.999
Sencillo (sin accesorios ni adornos)	6.7	3.2	.999
Ropa atrevida y provocativa	13.3	-	.101
Ropa conservadora	6.7	-	.326
Ropa normal	**73.3**	**-**	**.001**
Ropa tradicional	**13.3**	**100**	**.001**
Peinado arreglado	93.3	100	.326
Limpio	93.3	100	.326

Nota: Los datos aportados representan el porcentaje de ocasiones en que los personajes analizados sí tenían el aspecto relativo a la apariencia analizado. En negrita se indican las diferencias estadísticamente significativas.

4.3 Caracterización actitudinal y de comportamiento del personaje

En la Tabla 3 se muestra la evaluación de 23 características o atributos que significativamente aparecen en el análisis de contenido de los programas estudiados. De esta manera se puede observar que los personajes indígenas suelen ser presentados como personas agradecidas (58.1%), buenas (74.2%), calmadas (71%), abiertas (87.1) y trabajadoras (74.2) respecto a los demás. Por otro lado, los personajes presentados como no indígenas en los programas de entreteniendo y ficción tendían a aparecer más como

malas personas (20%), injustos (20%) y alterados (60%). Para el resto de roles o presentaciones no se detectaron diferencias estadísticas.

Tabla 3: Aspectos actitudinales y de comportamiento presentes en los personajes analizados, en función de su caracterización como indígenas o no.

Aspectos actitudinales	Tipo de personaje		*P*
	No indígena	Sí indígena	
Agradecido	**-**	**58.1**	**.001**
Ingrato	13.3	3.2	.244
Amistoso	66.7	87.1	.127
Antisocial	6.7	-	.326
Bueno	**40**	**74.2**	**.048**
Malo	**20**	**-**	**.030**
Desconfiado	13.3	3.2	.244
Confiado	6.7	-	.326
Desleal	6.7	3.2	.999
Injusto	**20**	**-**	**.030**
Calmado	**26.7**	**71**	**.010**
Alterado	**60**	**3.2**	**.001**
Pasivo	6.7	19.4	.399
Agresivo	**33.3**	**-**	**.002**
Flojo	-	3.2	.999
Trabajador	**26.7**	**74.2**	**.004**
Ridiculizado	26.7	19.4	.706
Respetado	**26.7**	**-**	**.008**
Tonto	6.7	3.2	.999
Inteligente	26.7	58.1	.063
Abierto	**53.3**	**87.1**	**.024**
Mentiroso	6.7	-	.326
Provocativo	13.3	-	.101

Nota: Los datos aportados representan el porcentaje de ocasiones en que los personajes analizados sí tenían el aspecto actitudinal analizado. En negrita se indican las diferencias estadísticamente significativas.

Estos resultados concuerdan con la presentación de hábitos y comportamientos de los personajes en los programas analizados. En este sentido, los personajes no indígenas tendían a cometer más actos violentos contra otras personas, tanto de índole física ($p < .001$), como psicológica ($p < .05$). No se detectaron diferencias en función de la recepción de violencia, ya fuera para personajes no indígenas o indígenas. En general el factor de la violencia resultaba bastante poco presente. De la misma forma no se detectaron relevantes los hábitos religiosos de los diferentes personajes, los cuales nos resultaba significativos para la investigación.

4.4 Temas tratados en los programas de televisión local por los personajes

Como se puede observar en la tabla 4, las conversaciones de los personajes indígenas suelen estar relacionados con espacios dentro de la cocina (51.6%) y con los chistes (22.6%). Por su parte los personajes no indígenas, se refieren de mayor forma a los chistes (66.7%), las leyendas (26.7%), la salud (26.7%), los problemas familiares (20%) y por último y en un muy bajo índice, la cocina (6.7%). Cabe recalcar que en el caso de los indígenas ellos son los protagonistas de los chistes, y en el caso de los otros personajes, son ellos quienes hacen el chiste. Por ello la diferenciación es muy marcada en cuanto al tema ya que unos son los creadores de la comicidad y otros los objetos de ese humor o burla. La cocina resulta el lugar y la labor más identificada con las etnias, de acuerdo con los estereotipos que maneja la televisión, mientras que los no étnicos no tienen mucha representación en este tema, infiriendo por lo tanto que el preparar la

comida, estar en una cocina o realizar labores domésticas es una situación asociable a los patrones indígenas.

Tabla 4: Temas tratados por los personajes analizados, en función de su caracterización como indígenas o no.

Temas	Tipo de personaje		*P*
	No indígena	Sí indígena	
Leyendas	**26.7**	**3.2**	**.017**
Salud	**26.7**	**3.2**	**.017**
Religión	-	3.2	.482
Problemas Familiares	**20**	**-**	**.010**
Espantos	**26.7**	**3.2**	**.017**
Chistes	**66.7**	**22.6**	**.004**
Música	20	22.6	.842
Cocina	**6.7**	**51.6**	**.003**
Labores del Hogar	-	6.5	.314
Oficios	20	6.5	.166
Altruismo	-	3.2	.482
Vestimenta	-	16.1	.099
Esposa	-	16.1	.099

Nota: Los datos aportados representan el porcentaje de ocasiones en que los personajes analizados sí estaban relacionados con el tema indicado. En negrita se indican las diferencias estadísticamente significativas.

De acuerdo con los resultados se puede ver como los personajes indígenas tienden a tratar menos temas de leyendas que los personajes no indígenas, quienes claramente tienen un porcentaje más alto tocando este tema (26.7%), lo cual demuestra que los personajes considerados como no indígenas tienden a ser un poco mas supersticiosos y creyentes de los místico que los indígenas, estos resultados son significados de acuerdo a la χ^2 (1) = 5.733, $p < .05$.

El tema de la salud resulta bastante recurrente en las personas no indígenas (26.7%), mientras que los indígenas manejan este tema en un muy bajo porcentaje (3.2%), los resultados demuestran por lo tanto que dicho asunto es de mayor importancia para los personajes que no pertenecen a las minorías y que por lo mismo llevan una vida más apegada a la ciudad donde es más común que tengan el acceso a este tipo de servicios χ^2 (1) = 5.733, $p < .05$.

Los resultados indican que los problemas familiares como tópico no son tratados en absoluto por los indígenas (0%) lo que puede representar una amplia unión familiar dentro de este grupo. Ello demuestra la importancia de la unión familiar que para ellos es presentada en la televisión. Contrario a los personajes no indígenas quienes tratan este tema en repetidas ocasiones (20%) y hacen de esta cuestión una forma importante de sus representaciones en los medios, χ^2 (1) = 6.633, $p < .05$.

Como demuestran los resultados se puede observar claramente que los personajes no indígenas creen más en los espantos (26.7%) que los personajes indígenas (3.2%), lo cual de cierta forma se ve relacionado con la creencia en las leyendas por parte de los personajes no étnicos, quienes al parecer resultan más impresionables ante los mitos y leyendas que los indígenas, quienes incluso en repetidas ocasiones resultan ser los protagonistas de dichos espantos y/o leyendas de tradición popular, χ^2 (1) = 5.733, $p < .05$.

Los chistes, la comicidad, el humor, resultan radicar más que nada en el personaje no indígena (66.7%), y aunque los indígenas también están involucrados con estos temas (22.6%), en ocasiones más que ser los creadores del humor, estos personajes, resultan ser el centro humorístico del que se hace burla, o se utiliza como

patiño para generar risas entre las personas que observan los programas de televisión, χ^2 (1) = 8.433, $p < .05$.

Los personajes indígenas resultan más asociados con la música (22.6%) que los otros personajes (20%), aunque la diferencia sea muy poca y por lo mismo no significativa, es importante mencionar que se llega a inferir la asignación del folklore musical más ligada al estereotipo de un indígena que al de una persona con características ciertamente occidentales. Los cantos, instrumentos, y sonidos llevan a ligar más al televidente a una etnia que a una familia urbana.

Curiosamente existe una mayor relevancia entre los indígenas y la cocina, χ^2 (1) = 8.765, $p < .05$, que entre estos y las labores del hogar. Dicho resultado indica que los indígenas pasan más tiempo cocinando o en la cocina (51.6%) que los otros tipos de personajes (6.7%), lo cual y un poco relacionado con el tema de la música, puede llevar al folklore del indígena como un ser de música, comida, colores y cierta mística de un pasado que engloba todos estos indicadores, reforzando así la imagen de un indígena cantante, que sabe de comida y por lo tanto de la tierra y si este resultado se compara con los espantos y leyendas, se muestra a un personaje sin miedo a la muerte.

Resulta interesante como el tema de la vestimenta no es significativo en el análisis y por lo tanto no es de uso exclusivo para la comunidad indígena, quienes han sido estereotipados desde un principio por una forma específica de vestimenta. Este tema, aunque tratado exclusivamente por estos personajes, no demuestra relación alguna con su identificación como tal.

4.5 Ocupaciones de los personajes en los programas de televisión local

Las ocupaciones que se presentaron en los programas analizados son las mostradas en la tabla número 5, la cual es de suma importancia debido al alto porcentaje (43.5%) en que no se puede identificar una ocupación valida en alguno de los personajes, lo cual puede incidir en que no es tan necesario estudiar o tener una carrera para estar frente a las pantallas.

Tabla 5: Ocupaciones de los personajes analizados, tanto indígenas como no indígenas, clasificados como un mismo grupo en la categoría de cantidad de personajes.

Ocupaciones	Cantidad de Personajes	Porcentajes
Ama de Casa	**1**	**2.2**
Cantante	5	10.9
Chef	**1**	**2.2**
Doctor	**1**	**2.2**
Empleada doméstica	**1**	**2.2**
Estudiante	13	28.3
Ingeniero	**1**	**2.2**
Maestro	3	6.5
No se puede codificar	**20**	**43.5**
Total	*46*	*100*

Nota: Los datos aportados representan la cantidad y el porcentaje de ocasiones en que los personajes analizados mencionaron su profesión o se hizo, o no, referencia a la misma. En negrita se indican el caso mayor y los menores.

De los 46 personajes casi la mitad (43.5%) no presentan ninguna ocupación identificable, lo cual puede ser tomado como la poca importancia que muestra la televisión local hacia el ámbito de grados académicos. Aunque un poco en contra de

este resultado se puede observar como los estudiantes (28.3%) y los maestros (6.5%) si bien no son las ocupaciones más altas si están en un segundo y cuarto lugar respectivamente, lo que por lo tanto lleva a la creencia de que la televisión local por medio de sus programas si presenta a gente preparándose y a maestros que los apoyan en esta tarea, pero también nos presentan que esta misma tarea no llega a ser completada, debido a la gran cantidad de *protagonistas y secundarios* sin una ocupación identificable y por lo mismo inexistente.

Los cantantes (10.9%) obtuvieron el tercer lugar en las ocupaciones de los personajes que presentan los programas, misma actividad que por su relación con el negocio de la industria del entretenimiento tiende a estar presente con mayor porcentaje que trabajos con un título como doctor, chef o ingeniero (2.2% en los tres casos)

La tabla 6, mostrada a continuación indica la relación estadísticamente significativa, χ^2 (8) = 26.975, $p < .05$, que existe entre las ocupaciones de los personajes y su procedencia, es decir, si son indígenas o no.

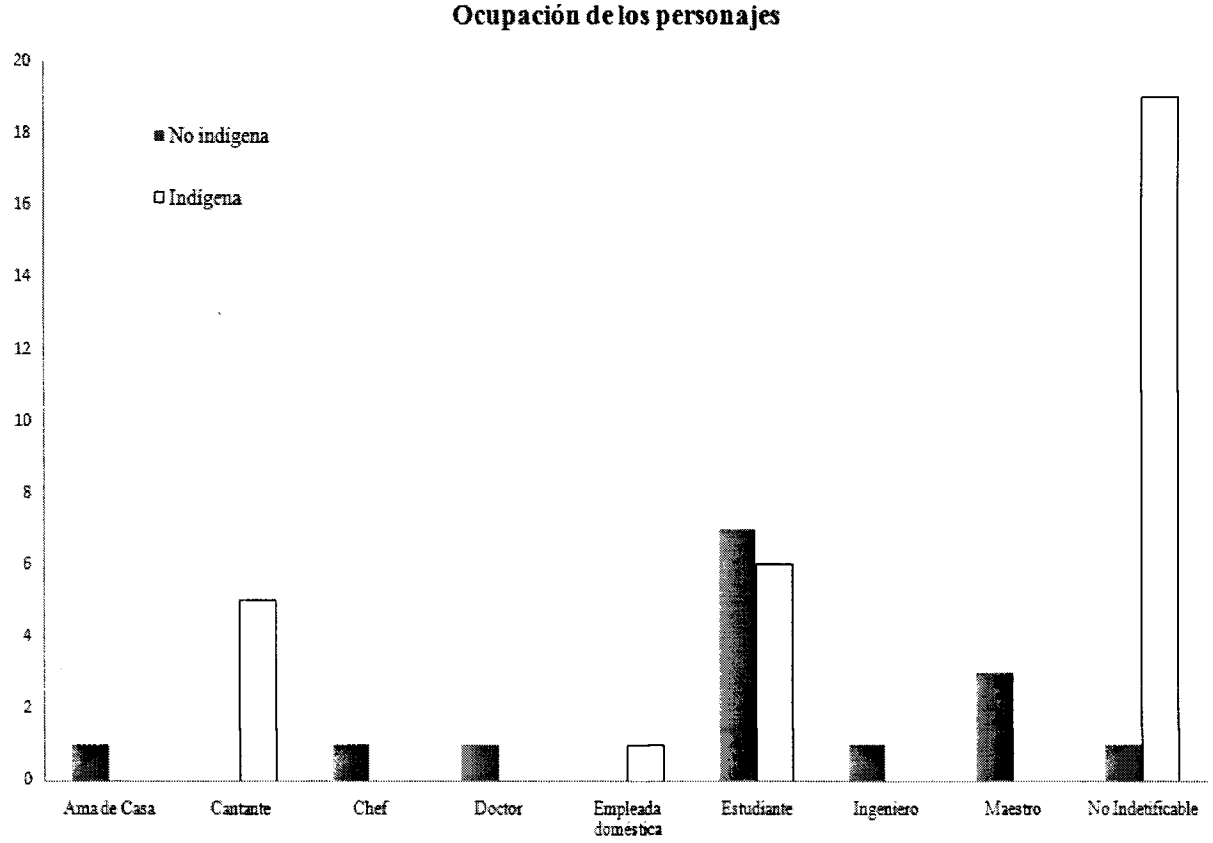
Tabla 6: Ocupaciones de los personajes analizados, en función de su caracterización como indígenas o no.

Ocupaciones	Tipo de personaje		*P*
	No indígena	Sí indígena	
Ama de Casa	**6.7**	**-**	**.001**
Cantante	-	16.1	.001
Chef	**6.7**	**-**	**.001**
Doctor	**6.7**	**-**	**.001**
Empleada doméstica	**-**	**3.2**	**.001**
Estudiante	46.7	19.4	.001
Ingeniero	**6.7**	**-**	**.001**
Maestro	20	-	.001
No se puede codificar	**6.7**	**61.3**	**.001**

Nota: Los datos aportados representan la cantidad y el porcentaje de ocasiones en que los personajes analizados mencionaron su profesión o se hizo, o no, referencia a la misma. En negrita se indican el caso mayor y los menores.

A continuación se muestra una gráfica para explicar de mejor forma la relación entre las ocupaciones del personaje y su representación como indígena o no, el gráfico surge a partir de la tabla 6, mostrada anteriormente y sirve para visualizar de forma más clara las actividades en las que el indígena no destaca y las cuales en las que predomina su representación.

Gráfica 1



La gráfica demuestra como las ocupaciones en las que se puede identificar a los indígenas realmente son sólo 3: Cantante (16.1%), Empleada doméstica (3.2%) y Estudiante (19.4%), lo cual se identifica bastante con las actividades de las diferentes etnias y por lo tanto resulta muy representativo para los grupos autóctonos, χ^2 (8) = 26.975, $p < .05$. Estos oficios resultan identificables con personajes de bajo perfil y obviamente sin una educación completa que le permita tener las *armas* necesarias para enfrentarse a una vida occidentalizada.

Se tiene por otra parte, que los personajes catalogados como no indígenas, están ampliamente representados como personajes con carreras y por lo mismo con estudios universitarios terminados: Doctor (6.7%), Chef (6.7%), Ingeniero (6.7%), Maestro (20%). Lo cual representa a estos como los personajes sobresalientes o inteligentes dentro de los programas de televisión nacional. Teniendo así personajes indígenas sin oficios identificables (61.3%) contra un total de 40.1% de personajes no indígenas con preparación escolar, y más aún con una carrera terminada y ejercida.

Los indígenas no son mostrados en los programas como amas de casa, ese tipo de caracterización es para personajes con diferentes características (6.7%), pero si son representados como empleados domésticos (3.2%). Lo cual vuelve a mostrar esa relación de poder y superioridad que existe entre las diferentes representaciones, donde generalmente es el indígena el que está bajo la orden de un *patrón*.

El oficio del maestro es de uso exclusivo de los no indígenas (20%), rol en el que los grupos étnicos no son para nada representados. En el caso de los estudiantes, hay menos diferencia entre los personajes, que en las actividades anteriores donde los indígenas si están representados en un nivel más alto que en los otros oficios (19.4%) aunque los demás siguen siendo mayoría (46.7%). Por lo que se infiere que él no

indígena es el encargado de la educación y el progreso de las etnias y no lo contrario (indígenas maestros: 0%).

Es interesante observar como los resultados demuestran que una mínima proporción de las personificaciones no étnicas de la televisión (6.7%) no son identificables con alguna ocupación, totalmente contrario a los grupos indígenas quienes realmente carecen de una identificación concreta con algún oficio u ocupación (61.3%). Las diferencias en esta categoría resultan bastante interesantes y aún más al ser reforzadas por los resultados mostrados en párrafos anteriores donde los resultados claramente indican que el no indígena sobresale intelectualmente (doctor, ingeniero, maestro, chef vs cantante y empleada doméstica), así como también económicamente (ama de casa vs empleada doméstica) del indígena.

CAPÍTULO V:

DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

El trabajo realizado aporta una de las primeras investigaciones en su género hechas en México, ya que como se mencionó en la introducción, no existen antecedentes como tales de un estudio como el realizado. Es decir una investigación cuantitativa a fondo, utilizando las variables especificadas, para mostrar con datos sólidos la estereotipación del indígena en la televisión local del estado de Nuevo León

Gerbner (2000) maneja la idea de que la televisión se ha convertido en una especie de nana para los telespectadores, la cual con el paso del tiempo se ha encargado no sólo de entretener sino también se le ha asignado la responsabilidad de educar e incluso influir en las percepciones e ideas que van formando a los individuos como personas. Promoviéndose de esta forma la creencia de que si la televisión lo presenta, si en la televisión sale, si los medios lo aprueban, entonces no puede ser tan malo.

De acuerdo con la teoría del cultivo (Gerbner, 2000), se argumenta que los medios tienen la capacidad de reforzar y por lo mismo cultivar estereotipos, ideas y actitudes en los receptores, formando la imagen de una realidad que en la mayoría de las ocasiones es completamente distinto a lo que las personas viven. Una idea falsa de un

concepto que, si se viera tal y como es, o fuera mostrado desde la otra parte sería completamente diferente a los estereotipos que maneja la televisión. Lippman (1922) plantea que los estereotipos son imágenes que existen en las mentes de las personas y son utilizadas para capturar al mundo en que vivimos, procesando así de forma rápida y eficaz los estímulos entrantes basados en la presencia de pocas características relevantes.

Los resultados de la investigación permitieron observar en un principio que la representación de personajes indígenas e la televisión local está más inclinada a los programas de entretenimiento que a las series o programas de ficción, donde exclusivamente en una serie se pudo identificar a un personaje étnico. Lo cual, sumado a que estos personajes se encuentran más relacionados con temas como humor (66.7%) y música (20%) y en trabajos no identificables (61.3%) o como empleados domésticos (3.2%) y cantantes (16.1%) y vestidos siempre de forma tradicional (100%), indica que son utilizados como un mero entretenimiento para el espectador de una forma hasta cierto punto inofensiva. Sin embargo al compararse estos resultados con los obtenidos de los personajes no indígenas se crea un estereotipo totalmente negativo y discriminatorio. Mientras que los *originales habitantes de México* son mostrados de esa forma, los otros *protagonistas* de los programas son: doctores (6.7%), ingenieros (6.7%) o incluso amas de casa (6.7%) vestidos de forma *normal* (73.3%), mostrando así que son personajes respetados (26.7%) contrario a los indígenas que en este ámbito no estuvieron ni siquiera clasificados (0%).

Utilizando las referencias anteriores de los diferentes autores y en combinación con los resultados arrojados por el estudio realizado, se acepta la hipótesis de esta investigación como verdadera, la cual maneja que la televisión local discrimina al indígena, debido a la representación mediática que expone de él en sus programas de

entretenimiento y ficción donde el indígena es representado nunca como el ama de casa sino como el empleado doméstico, que de acuerdo con Durín (2009) es la ocupación principal de estos grupos, o como aquel que no posee una ocupación identificable, al cual aunque se le reconoce su bondad (74.2%) y su gusto por el trabajo (74.2%) se considera demasiado calmado (71%) y sin malicia alguna (injusto: 0%), por lo cual siempre debe estar debajo de un personaje respetado y con educación que lo sepa educar (maestros no indígenas: 20%), coincidiendo así con Giménez Montiel (2000), quien maneja que las etnias indígenas aún existentes en México viven una pelea diaria contra los estereotipos y representaciones históricas que los han subyugado por siglos.

En cuanto a la pregunta de investigación sobre ¿Qué tanto están presentes los personajes indígenas dentro de los programas de entretenimiento y ficción analizados? Se puede contestar con los resultados que indican cómo los programas de entretenimiento ubicaban al 96.8% de los personajes indígenas, mientras que los otros dominaban en participación en las series (26.7%). Por lo que se tiene que hay una representación indígena en los programas de entretenimiento, pero no en las series, o en los programas de ficción, que representarían una exposición un poco más seria del personaje, continuando de esta forma con la disputa sobre el reconocimiento y la autodeterminación que se encuentra en las expresiones culturales de los diversos grupos étnicos y la cual no sólo tiene que ver con los elementos tradicionales que tanto los representan como: rituales, cantos o bailes; sino en los intentos cotidianos que tienen por participar en los medios de comunicación tecnológica y en la pugna constante por una representación propia (Giménez, 2000).

Para contestar la pregunta número 2, sobre el estereotipo que se presenta del indígena en la televisión local, se debe tomar en cuenta que la televisión crea y refleja imágenes, opiniones y creencias, buscando sostener las necesidades, ideologías y valores existentes en los públicos masivos, cuyos conocimientos no provienen de situaciones experimentadas por ellos mismos (Gerbner, 2002), sino de fuentes ajenas a la experiencia personal que los hacen ver situaciones o participar de las emociones a través de los ojos de alguien más, en este caso de la televisión, quien muestra al indígena como un ser de ojos oscuro (100%), complexión obesa (77.4%), estatura baja (61.3%), cabello negro (96.8%), piel oscura (100%) y un acento peculiar (74.2%). Vestidos siempre de forma tradicional (100%), son representados en la mayoría de las ocasiones como personas buenas (74.2%), agradecidos (58.1%), trabajadores (74.2%) y abiertos (87.1%), pero también como estudiantes (19.4%) que nunca llegan a completar una formación universitaria y que por lo tanto son de ocupación no identificable (61.3%). Teniendo así a un personaje altamente estereotipado con características muy marcadas sobre todo en su inocencia que se ve transformada en ignorancia y en desapego de superación siendo eternamente el empleado de alguien más que no es respetado, por lo mismo objeto central del chiste y el humor, a los cuales acaba siendo siempre relacionado. La televisión local muestra dicho estereotipo a las personas que a través de ella identifican con las características antes mencionadas a los miembros de los diversos grupos étnicos.

Los resultados nos muestran muy marcadas diferencias entre los personajes indígenas y no indígenas dentro de los programas analizados, el aspecto físico es el más palpable como se explico en el párrafo anterior, que junto con la forma en la que se caracteriza la vestimenta crean un muy marcado estereotipo indígena. La forma de vestir es totalmente tradicional para el de origen autóctono en la televisión local,

mientras que para los otros la vestimenta es mas occidentalizada (73.3%), estos tienden a ser más delgados (33.3%), rubios (33.3%) y guapos (40%) o feos (40%) que los indígenas quienes tienden a ser catalogados en físico como normales (96.8%), lo cual hace inferir, que pasan desapercibidos y no es su físico lo que realmente llama la atención sino su caracterización en sí ya que no importa si ellos resaltan por su belleza o su fealdad, la cual de acuerdo con Umberto Eco (2007) es una forma muy recurrente de llamar la atención de las personas al igual que la belleza.

Estas diferencias físicas son muy marcadas y representativas de la vida real, ya que como lo menciona García Rojas (2003) los originarios de Nuevo León, tienen un aspecto más estadounidense que mexicano, su color de piel, ojos y cabello, e incluso su estatura es más parecida a la raza blanca que incluso a la mexicana, esto lo explica el autor, por la cercanía del lugar con Estado Unidos.

Aunque puede resultar bastante simple identificar a un indígena de alguien que no lo es, resulta muy importante aclarar que las características marcadas por la televisión local tienden a generar estereotipos de los personajes que vemos en ella. De tal forma que si se llega a ver en la calle a una mujer morena, de complexión gruesa cabello negro y blusa tradicional ¿se reconocerá como indígena inmediatamente, o se creerá es una mujer que simplemente le gustan las blusas tradicionales? Las diferencias físicas llevan, la mayoría de las veces a las más altas discriminaciones, por lo que si se llama a alguien *indígena*, se hace con dolo y para lastimar, cuando realmente indígena significa originario de un país (Navarrete, 2008)

La televisión local no muestra una clara diferenciación entre las distintas etnias que son presentadas al aire, más bien las homogenizan en una forma neutral. De los personajes analizados únicamente el 16.1% se identificó como pertenecientes al grupo

de los Huicholes, mientras que el resto nunca fue identificado. Por ello, es un tema que debe tomarse a consideración ya que los indígenas son una comunidad que poco a poco ha ido creciendo en Nuevo León, y que son una sociedad con ciertas diferencias culturales, las cuales deben ser respetadas, entre ellas la etnicidad distintiva de cada grupo. Aunque como lo maneja Gilberto Giménez Montiel (2000) la etnicidad del indio representa un elemento que organiza socialmente la diferencia y es producto de procesos históricos de identificación, y sólo los que ejercen el poder pueden imponer la definición de sí mismos y la de los demás, por lo tanto corresponde a la sociedad exigir a su gobierno y altos mandos un respeto y una identificación a los grupos indígenas, que como uno mismo son parte de un México Pluricultural.

El estudio realizado se vio limitado en el sentido que únicamente se analizaron 5 días de la semana, de lunes a viernes, excluyendo sábados y domingos de los meses de Junio y Julio del 2009. Sería bueno ampliar la muestra en futuras investigaciones a más meses e incluyendo los fines de semana, y no estudiando solamente a la televisión local, como el caso de la investigación presentada, sino también la nacional.

En el aspecto sobre futuros estudios, podría ampliarse a medios como el cine y la representatividad del estereotipo indígena en las diversas películas mexicanas, así como también podría buscarse la representatividad de las etnias en otros medios como el radio o incluso internet y las páginas dedicadas a los indígenas mexicanos. El estudio analiza sólo a la televisión y sus programas, pero podría completarse con el análisis a los receptores de las emisiones televisivas. Así como generar también diversos estudios cualitativos sobre la estereotipación de los personajes indígenas en los diferentes medios masivos.

Como una conclusión general, en gran parte es gracias a los medios, y a la televisión en especial, que la sociedad recibe y acepta la forma en que es ridiculizado un indígena cuando aparece en programas de entretenimiento, siendo sus características físicas, su forma de vestir y de hablar el acompañamiento de un estereotipo *cómico* del personaje, lo cual convierte al mismo en alguien distinto a la gente *normal*. Para quienes generalmente lo diferente, da miedo y no es aceptado en una sociedad con una organización, por así decirlo, ya establecida que ha convertido en parte de su vida la estereotipación, discriminación y segmentación.

REFERENCIAS

Adoni, H. y Mane, A. (1984). Media and the social construction of reality: Toward an integration of theory and research, *Communication Research, 11*(3), 323-340.

Arizpe, L. (1990). *Mujeres y desarrollo en México y América Latina.* México: Colegio de México y MA Porrúa.

Arizpe, L. (1990) *Cultura y desarrollo: un estudio de las creencias en una comunidad mexicana.* México: El Colegio de México y MA Porrúa.

Bailey, T. A. (2006). *Cultural studies and cultivation theory: Points of convergence.* Ponencia presentada en la Mass Communication Division de la ICA, Dresden, Germany

Balán, J., Brownin, H., y Jelin, E. (1977). *El hombre en una sociedad en desarrollo.* México: FCE.

Berelson, B. (1952). *Content analysis in communication research.* Nueva York; The Free Press.

Bilandzic, H. (2006) Perception of distance in the cultivation process: A theoretical consideration of the relationship between television content, processing experience and perceived distance. *Communication Theory, 16*(3), 333-355.

Bound, M. (2008). The Media as a System of Racialization: Exploring Images of African American Women and the New Racism. *American Behavioral Scientist 51*(5), 674-685

Busselle, R., & Crandall, H. (2002). Television viewing and perceptions about race differences in socioeconomic success. *Journal of Broadcasting & Electronic Media, 46*, 265-282.

Carrizales, D. (3 de septiembre de 2005). Resurge la población indígena en Nuevo León debido al fenómeno migratorio. *La Jornada.*

Cohen, J. y Weimann, G. (2000). Cultivation Revisited: Some Genres Have Some Effects on Some Viewers, *Communication Reports, 13,* 99-114.

Correa, Y. (2006), *Ahora las mujeres se mandan solas: migración y relaciones de género en una comunidad trasnacional.* Tesis de Doctorado, Facultad de Filosofía, Universidad Autónoma de Querétaro.

Covert, J. y Dixon, T. (2008). A changing view: Representation and effects of the portrayal of women of color in mainstream women's magazines. *Communication Research, 35*(2), 232-256.

De Fleur S y Ball Rokeach, M. (1982). *Teorías de la comunicación de masas.* Barcelona, España: Paidós.

Durín, S. (2009). *En Monterrey hay trabajo para Mujeres. Proceso de Inserción de las mujeres indígenas en el área Metropolitana de Monterrey.* Monterrey, N.L.: CRN-UNESCO.

Durín, S. (2007). ¿Una educación indígena intercultural para la ciudad? El departamento de educación indígena en Nuevo León. *Frontera Norte, 19*(38), 63-91.

Durín, M. y Sheridan. (2007). Rostros Desconocidos, Perfil sociodemográfico de las indígenas en Monterrey. *Trayectorias, 9*(23), 29-42

Durín, S. (2006). *Indígenas en Monterrey. Redes sociales, capital social e inserción urbana, en El triple desafío. Derecho, instituciones y políticas para la ciudad pluricultural.* México: Gobierno del Distrito Federal, Universidad Autónoma de la Ciudad de México.

Durín, S. (2003). Nuevo León, un nuevo destino de la migración indígena. *Revista de Antropología Experimental, 3*, 1-7

Eco, U. (2007). *La historia de la fealdad.* Madrid: LUMEN.

Fernández, E. (1943). *María Candelaria.* Films Mundiales, México.

García Rojas, G. (2003). Migración y desmemoria. La ciudadanía étnica en Monterrey. *Trayectorias, 1*(12), 76-88.

Gerbner, G. (1972). Communication and social environment. *Scientific American, 227*(3), 156-160.

Gerbner G. (1999). Cultivation analysis: An overview. *Mass Communication & Society*, 1 (34), 175-194.

Gerbner, G. (1999). The stories we tell. *Peace Review, 1*(11).

Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M. y Signoriello, N. (1982). Charting the mainstream: Television's contributions to political orientations, *Journal of communication, 32*(2), 100-127

Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M. y Signorielli, N. (1984), Political correlates of television viewing, *Public Opinion Quarterly*, *48*(1), 283- 300

Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M., & Signorielli, N. (1984). Facts, Fantasies, and Schools. *Society, Fall*, 9-13.

Gerbner, G., Morgan, M., Signorielli, N.,(1995). Violence on Television: The Cultural Indicators Project. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, *39*(2), 278-283.

Gerbner, G., Morgan, M., Gross, L., Signorielli, N., & Shanahan, J. (2002). Growing up with television: Cultivation processes. En J. Bryant & D. Zillmann (Eds.). *Media Effects: Advances in theory and research.* Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum, Inc.

Gerunke, L. (2000). Colorado State University. *Communication Studies.* Recuperado en: http://www.colostate.edu/Depts/Speech/rccs/theory06.htm

Giménez, G. (2000). Identidades étnicas: estado de la cuestión. En L. Reina (Coord.), *Los retos de la etnicidad en los estados-nación del siglo XXI.* México: CIESAS/INI/Porrúa.

Givens, S. M. B., & Monahan, J. L. (2005). Priming mammies, jezebels, and other controlling images: An examination of the influence of mediated stereotypes on perceptions of an African American woman. *Media Psychology*, *7*(1).

Goldsmith, M. (1990). El servicio doméstico y la migración femenina. En Hilda Dávila Ibáñez y Elia Ramírez Bautista (comps.), *Trabajo femenino y crisis en México. Tendencias y transformaciones actuales.* México: Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco.

Gorham, B. W. (2004). The social psychology of stereotypes: Implications for media audiences. En R. A. Lind (Ed.), *Race/Gender/Media: Considering diversity across audience, content, and producers* (pp. 14-21). Boston: Pearson

Hawkins, R.P. y Pingree, S. (1982). Television's influence on social reality, en Pearl, D., Bouthilet, L. y Lazar, J., *Television and Behavior: Ten years of scientific progress and implications for the eighties* (pp. 224-247), Rockville, MD, National Institute of Mental Health.

Hobsbawm, E. (2000). *Naciones y nacionalismo desde 1780.* Barcelona: Edit. Crítica.

Hughes, M., (1980). The fruits of cultivayion analysis: A reexamination of some effects of television watching. *Public opinion quarterly*, *44*(3). .287-302.

Ibáñez, J. (1986). *Más allá de la sociología.* Madrid: Siglo XXI.

INEGI. (2008). *Encuesta Nacional de Ocupación e Empleo.* México: INGEGI.

INEGI. (2005). II *Conteo de Población y Vivienda.* México: INGEGI.

INEGI. (2000). *XII Censo General de Población y Vivienda.* México: INGEGI.

Lippmann, W. (1922). *Public opinion.* Nueva York: Macmillan.

Lerner, N. (2002). *Discriminación racial y religiosa en el derecho internacional.* México, D.F.: Comisión Nacional de los Derechos Humanos.

Marínez, J. (2006). *Teorías de la comunicación.* Venezuela: Universidad Católica Andrés Bello.

Mastro, D. E., & Greenberg, B. S. (2000). The portrayal of racial minorities on prime time television. *Journal of Broadcasting & Electronic Media, 44*, 690-703

Mastro, D. E. y Stern, S. R., (2003). Representations of race in television commercials: A content analysis of prime-time advertising. *Journal of Broadcasting & Electronic Media, 47*(4), 638-647

McConahay, J.B. (1986). Modern racism, ambivalence, and the modern racism scale. En Dovidio, J. & Gaertner, S. (Eds), *Prejudice, discrimination and racism* (pp. 91-125). Academic Press, New York.

Morgan, M. (2002). *Against the mainstream / The selected works of George Gerbner*, New York: Peter Lang Publishing.

Morgan, M. & Gross, L. (1982). Television and educational achievement. En Pearl, D., Bouthilet, L. & Lazer, J., *Television and Behavior: Ten years of scientific progress and implications for the eighties* (Vol.2.). Wahington, DC: U.S. Government Printing Office.

Morgan, M., Alexander, A., Shanahan, J and Harris, C. (1990). Adolescents, VCRs, and the Family Environment. *Communication Research, 17*(1), 83-106

Morgan, M. y Shanahan, J. (1999). *Television and its viewers. Cultivation Theory and Research.* Cambridge University Press.

Morgan, M., Signorielli, N., (1990). *Cultivation Analysis: New Directions in Mass Media Effects Research.* Newbury Park, Sage

Morgan,M., Shanahan, J., y Harris, C. (1990). VCRs and the Effects of TV: New Diversity or More of the Same? En J. Dobrow (ed.), *Social and Cultural Aspects of VCR Use.* Hillsdale: Erlbaum. New Jersey.

Muñiz, C., Serrano, F. y Rodríguez, A. (2010). Estereotipos Mediáticos o sociales. Influencia del consumo de televisión en el prejuicio detectado hacia los indígenas mexicano. *Global Media Journal* México, 7 (14), 93-113.

Nahmad, A.D. (2007). Las representaciones indígenas y la pugna por las imágenes. México y Bolivia a través del cine y el video. *Revista de estudios latinoamericanos,* 45, 105-130.

Navarrete, F (2008). *Los Pueblos indígenas de México.* México: Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas.

Nodo. (2006). *Percepción de la imagen del indígena en México: diagnóstico cualitativo y Cuantitativo*. México: Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas.

Páez, D. (2004). Relaciones intergrupales. En D. Páez, I. Fernández, S. Ubillos, y E. Zubieta (coor.), *Psicología Social, Cultura y Educación* (pp. 752-768). Madrid: Pearson Educación.

Pimsteín, V. (1989). Simplemente María. Televisa, México.

Piñuel, J.L. (2002), Epistemología, metodología y técnicas del análisis de contenido. *Estudios de Sociolingüística, 3*(1), 1-42

Signorielli, N. (1986). Selective Television Viewing: A Limited Possibility, *Journal of Communication*, 36(3), 64-76.

Sorice, M. (2005) *I media. La prospectiva sociologica.* Roma: Carocci.

United Nations Expert Group Meeting on Managing Diversity in the Civil Service. (2001). *Discrimination*. Nueva York: United Nations Headquarters. Recuperado de: http://unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/un/unpan000702.pdf.

Vasconcelos, J. (1925). *La raza cósmica.* México: Libreros Mexicanos.

ANEXOS

Anexo 1: Libro de códigos y ficha de análisis

LIBRO DE CÓDIGOS

Representaciones Indígenas en los Programas de Ficción de la Televisión Mexicana

Definición previa sobre la unidad de análisis: el personaje.

- Centraremos el análisis en aquellos personajes que sean humanos, dejando al margen los animales, los extraterrestres y los personajes de animación (dibujos animados, *cartoon*).
- Dentro de los personajes humanos, sólo se tendrán en cuenta aquellos que cumplan el siguiente requisito: para que un personaje forme parte del análisis debe *aparecer a lo largo del programa*, al menos, *en tres ocasiones* y, en esas tres apariciones, debe *tener alguna frase de diálogo* con otros personajes. Por tanto, este doble criterio se especifica para analizar personajes con una cierta frecuencia de aparición y un rol activo dentro de la trama narrativa del programa.

1.- Datos de identificación básicos.

1.1. Número de ficha. *Será rellenado por el grabador de los datos.*

1.2. Fecha de emisión. (Señalar de la siguiente manera: dd.mm.aaaa).

1.3. Horario de transmisión. (Utilizar el sistema de 00 a 24 hrs.)

1.4. Día de la semana.

1 = Lunes

2 = Martes

3 = Miércoles

4 = Jueves

5 = Viernes

6 = Sábado

7 = Domingo

1.5. Canal de televisión

1 = Televisa 2

2 = Tv Azteca 13

2.- Datos referidos al programa.

2.1. Nombre del programa.

1 = Cada quien su santo

2 = Lo que callamos las mujeres

3 = La madrecita

2.2. Género de los programas.

1 = Película (cine: p.e., *Parque Jurásico* o *Batman*)

2 = Serie (p.e., *La Niñera* o *Aquí no hay quien viva*)

2.3. Duración del programa (*Indicar en minutos, excluyendo la publicidad*).

3.- Aspectos narrativos del personaje.

3.1. Tipo de personaje. (Mastro y Greenberg, 2000).

1 = Principal *(su presencia es esencial para el desarrollo de la línea narrativa).*

2 = Secundario *(están envueltos en la línea narrativa del programa, pero no son esenciales en la misma).*

3 = Background *(tienen una presencia no esencial, aunque aparecen en el programa y cumplen las características marcadas).*

3.2. Rol narrativo del personaje. En un programa concreto puede haber más de un protagonista, antagonista y secundario protagonista (Maza y Cervantes, 1994):

1 = Protagonista: *es quien realiza las acciones más importantes de la historia. La estructura dramática descansa sobre él y sus acciones. Hay historias cuyo personaje*

protagónico es una pareja o un grupo de personas, en estos casos, reportar el número total de personajes protagónicos.

2 = Antagonista o villano: *personaje principal que se opone a las acciones del protagonista. Hay historias cuyo personaje antagónico es una pareja o un grupo de personas, en estos casos, reportar el número total de personajes antagónicos.*

3 = Secundario protagónico: *son aquellos que están estrechamente relacionados con el personaje principal. Su participación dentro de la historia es importante. Sus acciones son dirigidas en la misma dirección que las acciones del protagonista.*

4 = Secundario antagónico: *son aquellos que están estrechamente relacionados con el personaje antagónico. Su participación dentro de la historia es importante. Sus acciones son dirigidas en la misma dirección que las acciones del villano.*

4. Aspectos socio-demográficos del personaje. *La información se obtendrá a partir de lo que se ve o escucha en el programa en el que participa el personaje, evitando las inferencias a partir de indicios subjetivos. Cuando se tengan que deducir los datos, habrá que hacerlo a partir de referencias objetivas y manifiestas, como pueden ser datos que se aporten en una ficha policial o por parte de una persona con capacidad para ello, como médicos. Por ejemplo, quizá sea diferente saber si un personaje presenta una u otra discapacidad, pero si a lo largo del programa se observa a un médico diagnosticando al personaje en cuestión, dicha información, aportada por otro personaje con capacidad para el diagnóstico (un médico), puede ser utilizada para efectuar la codificación.*

4.1. Sexo.

1 = Masculino

2 = Femenino

4.2. Orientación sexual

0 = No identificable *(a partir de sus comportamientos, actitudes o comentarios no se puede identificar la orientación sexual del personaje).*

1 = Heterosexual

2 = Homosexual

3 = Bisexual

4 = Transexual

4.3. Grupo de edad.

0 = No identificable

1 = Niño: *Personajes que aparecen en el transcurso del programa, tanto principales como secundarios que representen entre 0 y 12 años de edad, el codificador los puede identificar por la estatura, forma de expresarse, actividades que practiquen, indumentaria acorde a la edad, por estudiar en la escuela primaria o la mención de la edad en el transcurso de la trama.*

2 = Adolescente: *Personajes que aparecen en el transcurso del programa, tanto principales como secundarios que estudien el nivel secundaria o preparatoria, bachillerato, vocacional o técnico y que se encuentren entre 13 y 17 años de edad, practiquen actividades acorde a esta categoría como salir con amigos a pasear a lugares para jóvenes, otra de las referencias a las que puede recurrir el codificador es observar en el personaje obligaciones escolares o laborales que puedan encerrarlo en este rango, o bien, por la mención de la edad en el transcurso de la trama.*

3 = Adulto Joven: *Personajes que aparecen en el transcurso del programa, tanto los principales como secundarios que se puedan clasificar entre 18 y 30 años de edad, esto por pertenecer al grado universitario o trabajar, por su lenguaje y forma de expresión, indumentaria, o bien, por la mención de la edad en el transcurso de la trama.*

4 = Adulto: *Personajes que aparecen en el transcurso del programa analizado, (tanto principales como secundarios), que muestren características físicas o prácticas de personas entre 31 y 64 años de edad. Tales como puestos laborales y ocupacionales, vestimenta, o bien, por la mención de la edad en el transcurso de la trama.*

5 = Ancianos: *Personajes que aparecen en el transcurso del programa, tanto personajes principales como secundarios que representen más de 65 años. El codificador podrá tomar en cuenta para clasificar a estos personajes el aspecto físico del personaje, las actividades que desempeña, el rol que desempeñe en el núcleo familiar si es que pertenece a una familia.*

4.4. Nivel de estudios. *Se puede deducir a partir de la forma de actuar, hablar o comportarse del personaje. También se puede deducir a partir de su profesión, aunque no en todos los casos existe una correspondencia clara entre "nivel de estudios" y "ocupación". Por ejemplo, un juez ha de tener estudios universitarios, al igual que un médico. Sin embargo, a menos que se exprese, no es evidente que un personaje con ocupación de empresario deba tener estudios universitarios.*

0 = No se sabe

1 = Analfabeto (no sabe leer ni escribir)

2 = Sin estudios

3 = Primarios

4 = Secundarios (secundaria o preparatoria, bachillerato, vocacional o técnico)

5 = Universitarios

4.5. Nivel Socioeconómico

0 = No se puede identificar

1 = Alta. Se detecta por el tipo de vivienda, autos, joyería, etc. Debe incluirse en este aspecto solamente cuando es evidente la riqueza.

2 = Medio

3 = Bajo. Pobreza que se observa en la vivienda de un solo cuarto, sin comodidades, no hay auto familiar.

4.6. Ocupación: *Se codificará únicamente la actividad principal del personaje.* Abierto para recodificar, poner qué hace al principio, en medio y al final del programa.

4.7. Estado civil. *La codificación de esta variable se realizará en función de la especificación del estado civil en el transcurso de la trama o por la deducción del codificador. En caso de haber cambio en el estado civil del personaje en el mismo programa, codificar el estado civil final con el que aparece el personaje en el programa.*

0 = No identificado

1 = Soltero

2 = Casado

3 = Divorciado

4 = Viudo

5 = Unión libre (Vive en pareja)

4.8. Personaje indígena.

1 = Sí

0 = No

4.9. Comunidad de pertenencia del personaje indígena. *El grupo étnico que mencionen los personajes, en caso de que lo haga. Abierta para recodificar*

5. Características físicas del personaje. *La información se obtendrá a partir de lo que se aprecia en las imágenes en las que está presente el personaje. Se codificará con base en la percepción del codificador y los comentarios que hagan otros personajes sobre las características físicas del personaje que se está analizando.*

5.1. Ojos claros vs ojos oscuros.

1= Muy claros

2 = Algo claros

3 = Ni claros ni oscuros

4 = Algo oscuros

5 = Muy oscuros

5.2. Delgado vs obeso.

1= Muy delgado

2 = Algo delgado

3 = Ni delgado ni obeso

4 = Algo obeso

5 = Muy obeso

5.3. Alto vs bajo.

1= Muy alto

2 = Algo alto

3 = Ni alto ni bajo

4 = Algo bajo

5 = Muy bajo

5.4. Cabello rubio vs cabello negro.

1= Muy rubio

2 = Algo rubio

3 = Ni rubio ni negro

4 = Algo negro

5 = Muy negro

5.5. Piel blanca vs piel oscura.

1= Muy blanca

2 = Algo blanca

3 = Ni blanca ni oscura

4 = Algo oscura

5 = Muy oscura

5.6. Guapo vs feo.

1= Muy guapo

2 = Algo guapo

3 = Ni guapo ni feo

4 = Algo feo

5 = Muy feo

5.7. Sin acento vs marcado acento. Se entenderá por acento la entonación o modulación de la voz de un personaje, la cual se integra de las particularidades fonéticas, rítmicas y melódicas que caracterizan el habla de un país, región, ciudad, etc. Por ejemplo, acento extranjero (americano) o regional (yucateco). Codificar en una escala del 1 al 5, en donde 1 representa "sin acento" y 5 representa "marcado acento".

6. Características actitudinales del personaje. *La información se obtendrá a partir de lo que se aprecia en las imágenes en las que está presente el personaje. Se codificará con base en la percepción del codificador y los comentarios que hagan otros personajes sobre las características físicas del personaje que se está analizando.*

6.1. Agradecido vs ingrato.

1= Muy agradecido

2 = Algo agradecido

3 = Ni agradecido ni ingrato

4 = Algo ingrato

5 = Muy ingrato

6.2. Amistoso vs antisocial.

1= Muy amistoso

2 = Algo amistoso

3 = Ni amistoso ni antisocial

4 = Algo antisocial

5 = Muy antisocial

6.3. Bueno vs malo.

1 = Muy bueno

2 = Algo bueno

3 = Ni bueno ni malo

4 = Algo malo

5 = Muy malo

6.4. Desconfiado vs confiado

1 = Muy desconfiado

2 = Algo desconfiado

3 = Ni desconfiado ni confiado

4 = Algo confiado

5 = Muy desconfiado

6.5. Desleal vs leal.

1 = Muy desleal

2 = Algo desleal

3 = Ni desleal ni leal

4 = Algo leal

5 = Muy leal

6.6. Injusto vs justo.

1 = Muy injusto

2 = Algo injusto

3 = Ni injusto ni justo

4 = Algo justo

5 = Muy justo

6.7. Religioso vs ateo.

1 = Muy religioso

2 = Algo religioso

3 = Ni religioso ni ateo

4 = Algo ateo

5 = Muy ateo

6.8. Calmado vs alterado.

1 = Muy calmado

2 = Algo calmado

3 = Ni calmado ni alterado

4 = Algo alterado

5 = Muy alterado

6.9. Pasivo vs agresivo.

1 = Muy pasivo

2 = Algo pasivo

3 = Ni pasivo ni agresivo

4 = Algo agresivo

5 = Muy agresivo

6.10. Flojo vs trabajador.

1 = Muy flojo

2 = Algo flojo

3 = Ni flojo ni trabajador

4 = Algo trabajador

5 = Muy trabajador

6.11. Ridiculizado vs respetado.

1 = Muy ridiculizado

2 = Algo ridiculizado

3 = Ni ridiculizado ni respetado

4 = Algo respetado

5 = Muy respetado

6.12. Tonto vs inteligente.

1 = Muy tonto

2 = Algo tonto

3 = Ni tonto ni inteligente

4 = Algo inteligente

5 = Muy inteligente

7. Características de apariencia del personaje. *La información se obtendrá a partir de lo que se aprecia en las imágenes en las que está presente el personaje. Se codificará con base en la percepción del codificador y los comentarios que hagan otros personajes sobre las características físicas del personaje que se está analizando.*

7.1. Maquillado vs natural (sin maquillaje)

1 = Muy maquillada

2 = Algo maquillada

3 = Ni maquillada ni natural

4 = Algo natural

5 = Muy natural

7.2. Adornado (con accesorios) vs sencillo (sin accesorios).

1 = Muy adornado

2 = Algo adornado

3 = Ni adornado ni sencillo

4 = Algo sencillo

5 = Muy sencillo

7.3. Ropa atrevida vs ropa conservadora.

1 = Muy atrevida

2 = Algo atrevida

3 = Ni atrevida ni conservadora

4 = Algo conservadora

5 = Muy conservadora

7.4. Ropa occidental vs ropa tradicional.

1 = Muy occidental

2 = Algo occidental

3 = Ni occidental ni tradicional

4 = Algo tradicional

5 = Muy tradicional

7.5. Peinado arreglado vs peinado desarreglado.

1 = Muy arreglado

2 = Algo arreglado

3 = Ni arreglado ni desarreglado

4 = Algo desarreglado

5 = Muy desarreglado

7.6. Sucio vs limpio.

1 = Muy sucio

2 = Algo sucio

3 = Ni sucio ni limpio

4 = Algo limpio

5 = Muy limpio

8. Comportamiento violento del personaje. *Se codificará con base en las veces que un personaje aparece en pantalla recibiendo violencia verbal o física de otros personajes o ejerciendo violencia verbal o física hacia otros personajes.*

8.1. Violencia física hacia otros personajes. *El personaje se muestra involucrado directamente (actuando como agresor) en luchas, peleas, secuestros, violaciones, etc.*

0 = Nada

1 = Una vez

2 = Dos veces

3 = Tres veces

4 = Cuatro veces o más

8.2. Violencia psicológica hacia otros personajes. *El personaje realiza amenazas verbales, gestos de desprecio, actos de intimidación u otro tipo de agresión psicológica (verbal o no verbal).*

0 = Nada

1 = Una vez

2 = Dos veces

3 = Tres veces

4 = Cuatro veces o más

8.3. Violencia física que recibe el personaje. *El personaje actúa como víctima en peleas, secuestros, violaciones, etc.*

0 = Nada

1 = Una vez

2 = Dos veces

3 = Tres veces

4 = Cuatro veces o más

8.4. Violencia psicológica que recibe el personaje. *El personaje actúa como víctima al sufrir amenazas verbales, gestos de desprecio, actos de intimidación u otro tipo de agresión psicológica (verbal o no verbal).*

0 = Nada

1 = Una vez

2 = Dos veces

3 = Tres veces

4 = Cuatro veces o más

9. Comportamientos de salud manifestados por el personaje. *Se codificará con base en las veces que un personaje aparece en pantalla representando algún comportamiento de salud.*

9.1. Bebe o toma alcohol de forma habitual

0 = Nada

1 = Una vez

2 = Dos veces

3 = Tres veces

4 = Cuatro veces o más

9.2. Fuma tabaco de forma habitual

0 = Nada

1 = Una vez

2 = Dos veces

3 = Tres veces

4 = Cuatro veces o más

9.3. Toma fármacos de manera habitual (tranquilizantes, etc.).

0 = Nada

1 = Una vez

2 = Dos veces

3 = Tres veces

4 = Cuatro veces o más

9.4. Consume drogas (heroína, cocaína, mariguana, etc.).

0 = Nada

1 = Una vez

2 = Dos veces

3 = Tres veces

4 = Cuatro veces o más

9.5. Presenta conducta alimentaria problemática (bulimia, anorexia, etc.).

0 = Nada

1 = Una vez

2 = Dos veces

3 = Tres veces

4 = Cuatro veces o más

10. Discapacidad. *El personaje presenta algún tipo de deficiencia.*

0 = No presenta ninguna deficiencia

1 = Presenta discapacidad

11. Temas de conversación. *Se debe evaluar si el personaje analizado conversa con otros personajes, en alguna ocasión a lo largo del programa, sobre algún tema en específico. Abierta para recodificar. Después de obtener la lista de los temas, cada uno se codificará con base en las veces que un personaje aparece en pantalla hablando sobre algún tema específico. Se empleará una escala del 0 al 4, en donde 0 representa que "en ninguna ocasión" el personaje aparece en pantalla hablando sobre algún tema en específico, 1 representa que apareció hablando "en una ocasión", 2 representa que apareció hablando "en dos ocasiones", 3 representa que apareció hablando "en tres ocasiones", y 4 representa que el personaje apareció en pantalla hablando "en cuatro ocasiones o más" sobre algún tema en específico.*

Hoja de Codificación

1. Datos de Identificación Básicos

Número de Ficha_____
Fecha de Emisión_____
Horario de Transmisión_____
Día de la Semana_____

Canal de Televisión_____
Nombre Programa_____
Género del Programa_____
Duración del Programa_____

2. Aspectos Narrativos del Personaje

Tipo de Personaje_____

Rol Narrativo del Personaje_____

3. Aspectos Socio-Demográficos del Personaje

Sexo_____
Orientación Sexual_____
Grupo de Edad_____
Nivel de Estudios_____
Nivel Socio-Económico_____
Ocupación principio_____

Ocupación final_____
Estado Civil principio_____
Estado Civil final_____
Personaje Indígena_____
Comunidad de Pertenencia_____
_____

4. Características Físicas del Personaje

Codificar como: 0 = no se pueda codificar; 1 = nada; 2 = algo; 3 = mucho o bastante

Ojos claros_____
Ojos oscuros_____
Delgado_____
Obeso_____
Alto_____
Bajo_____
Cabello rubio_____

Cabello negro_____
Piel blanca_____
Piel oscura_____
Guapo_____
Feo_____
Acento_____

5. Características Actitudinales del Personaje

Codificar como: 0 = no se pueda codificar; 1 = nada; 2 = algo; 3 = mucho o bastante

Agradecido _____
Ingrato_____
Amistoso_____
Antisocial_____
Bueno_____
Malo_____
Desconfiado_____
Confiado_____
Desleal_____
Leal_____
Injusto_____

Religioso_____
Ateo_____
Calmado_____
Alterado_____
Pasivo_____
Agresivo_____
Flojo_____
Trabajador_____
Ridiculizado_____
Respetado_____
Tonto_____

Justo_____ Inteligente_____

6. Características de apariencia del personaje.

Codificar como: 0 = no se pueda codificar; 1 = nada; 2 = algo; 3 = mucho o bastante

Maquillado _____
Natural (sin maquillaje)_____
Adornado (con accesorios) _____
Sencillo (sin accesorios)_____
Ropa atrevida y provocativa_____
Ropa conservadora _____

Ropa occidental _____
Ropa tradicional _____
Peinado arreglado _____
Peinado desarreglado _____
Sucio _____
Limpio_____

7. Comportamiento violento del personaje.

Codificar como: 0 = Nada; 1 = Una vez; 2 = Dos veces; 3 = Tres veces; 4 = Cuatro veces o más

Violencia física hacia otros personajes _____
Violencia psicológica hacia otros personajes _____
Violencia física que recibe el personaje _____
Violencia psicológica que recibe el personaje _____

8. Comportamientos de salud manifestados por el personaje.

Codificar como: 0 = Nada; 1 = Una vez; 2 = Dos veces; 3 = Tres veces; 4 = Cuatro veces o más

Bebe o toma alcohol de forma habitual_____
Fuma tabaco de forma habitual _____
Toma fármacos de manera habitual_____
Consume drogas (heroína, cocaína, etc.)_____
Presenta conducta alimentaria problemática_____

9. Discapacidad: SÍ NO

10. Temas de conversación del personaje.

Se contabiliza en número de veces que se habla: 1, 2, 3, 4 o más veces

_____ Nº veces_____
_____ Nº veces_____
_____ Nº veces_____
_____ Nº veces_____
_____ Nº veces_____
_____ Nº veces_____
_____ Nº veces_____

Anexo 2: Tabla de programas y personajes analizados

Programa	Horario	Personaje
El Club	5:00 a 7:00 p.m.	Cómico caracterizado de mujer indígena, que trabaja como empleada doméstica en una casa
Lo que la gente cuenta	11:00 a 12:00 am	Mujer indígena de un pueblo, del que conoce las leyendas y las historias
Lo que la gente cuenta	11:00 a 12:00 am	Doctor de un pueblo que es altamente respetado y atiende a todos los enfermos
Lo que la gente cuenta	11:00 a 12:00 am	Ingeniero, padre de familia que acaba de llegar a vivir a un pueblo por trabajo
Lo que la gente cuenta	11:00 a 12:00 am	Ama de casa, esposa de un ingeniero que acaban de llegar a vivir a un pueblo
Lo que la gente cuenta	11:00 a 12:00 am	Niña que junto a su familia acaba de mudarse a vivir a un pueblo
Gente Regia	10:00 a 12:00 am	Indígena encargada de la cocina y las labores del hogar
Gente Regia	10:00 a 12:00 am	Chef que en ocasiones interactua con la indígena, quien lo ayuda a preparar la comida
Gente Regia	10:00 a 12:00 am	Maestra que enseña en una escuela donde acuden personajes indígenas y no indígenas
Gente Regia	10:00 a 12:00 am	Estudiante hombre, no indígena que es el centro de la clase
Gente Regia	10:00 a 12:00 am	Estudiante mujer, no indígena que hace chistes y se burla de sus compañeros
Gente Regia	10:00 a 12:00 am	Estudiante indígena, que es el blanco de los chistes

Gente Regia	10:00 a 12:00 am	Estudiante indígena, que es el objeto de los chistes
Gente Regia	10:00 a 12:00 am	Estudiante indígena, que es el objeto de los chistes
Gente Regia	10:00 a 12:00 am	Estudiante mujer, no indígena con poca participación
Gente Regia	10:00 a 12:00 am	Cantante indígena, de etnia huichol, perteneciente a un grupo musical
Gente Regia	10:00 a 12:00 am	Cantante indígena, de etnia huichol, perteneciente a un grupo musical
Gente Regia	10:00 a 12:00 am	Cantante indígena, de etnia huichol, perteneciente a un grupo musical
Gente Regia	10:00 a 12:00 am	Cantante indígena, de etnia huichol, perteneciente a un grupo musical
Gente Regia	10:00 a 12:00 am	Cantante indígena, de etnia huichol, perteneciente a un grupo musical

Tecnológico de Monterrey, Campus Monterrey

30002007358443

http://biblioteca.mty.itesm.mx