

Estereotipos Mediáticos De Los Indígenas. Análisis De Las Representaciones En Programas De Ficción Y Entretenimiento De Televisoras En Nuevo León

Media Stereotypes of Indians. Analysis Representations & Entertainment Television Stations in Nuevo Leon Programs Fiction

Felipe de Jesús Marañón Lazcano

felipedejesusml@gmail.com

Universidad Autónoma de Nuevo León

Carlos Muñiz

carlos.munizmr@uanl.edu.mx

Universidad Autónoma de Nuevo León

Resumen

Aunque los grupos indígenas de la población mexicana han sido estudiados desde diversas disciplinas, son escasos los trabajos que analicen su representación mediática o 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 consistente en un análisis de contenido de programas de televisión local emitidos en Nuevo León durante los meses de junio y julio de 2009. En total se analizaron 46 personajes, 31 de grupos étnicos indígenas y el resto que no pertenecían a ninguna etnia. Los resultados mostraron que se estereotipa y discrimina al personaje indígena, ubicándolo en una posición inferior y al servicio de otros. Además lo presentan con características físicas muy marcadas que crean una amplia diferenciación con los otros personajes, pero al mismo tiempo con una caracterización interna neutra que no presenta una clara distinción entre las diversas etnias indígenas.

Palabras clave: Estereotipos, discriminación, grupos indígenas, representaciones mediáticas, análisis del cultivo.

Abstract

Even when, in México, the ethnic groups have been studied in different disciplines, only a small amount of works report their media representation or the public perception they have (Muñiz, Serrano, Aguilera y Rodríguez, 2010). For this reason, an investigation based on the cultivation analysis theory was made by analyzing the content of local TV programs which were broadcasted between June and July of 2009 in the state of Nuevo León. In total 46 characters were analyzed, 31 belonging to ethnic groups. The results showed that the indigenous characters were stereotyped and discriminated, placing them in inferior positions usually at the service of other people. Additionally, the ethnic groups were characterized with strong appearances that resembled wide differences with the other characters, in which natives were represented in a neutral manner without making distinctions between ethnic communities.

Keywords: Stereotypes, discrimination, indigenous communities, media representation, cultivation analysis.

Introducción

Con la llegada de los primeros europeos a América en los siglos XV y XVI comenzó la colonización y por ende la mezcla de razas que conforman el México actual. Debido a la creencia de los colonizadores de que llegaban a la India y no a un nuevo continente, a los nativos americanos se les denominó indios. Los sobrevivientes a las batallas 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, fuera por muerte o debido al proceso de mestizaje. Tras pertenecer al régimen español, los indígenas pasaron a depender de los mestizos o nuevos mexicanos, quienes a la fecha se vanaglorian con su orgulloso pasado, pero contradictoriamente los discriminan y segregan (Vasconcelos, 1925; Giménez, 2000).

El presente estudio busca identificar mediante un análisis de contenido de los programas de televisión local del estado de Nuevo León si también existe discriminación del indígena en su representación mediática expuesta por los programas de entretenimiento y ficción. El trabajo se apoya en la teoría del cultivo de Gerbner, la cual plantea que el consumo y la exposición a la televisión crean la constitución de un mundo simbólico en los receptores, creando de esta forma estereotipos de los personajes mostrados y percepciones de la realidad en los públicos consumidores (Gerbner, 1999).

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, pues desde su origen hasta nuestros días, México es considerado como una nación mestiza e indígena a la vez, una especie de crisol de todas las razas (Vasconcelos, 1925). Por esto, no resulta difícil identificar que en relación a los productos culturales propios de los medios masivos de comunicación, la tradición indígena ha sido estereotipada.

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 bien, 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 desplazadas 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, de acuerdo con Durín (2007), 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 que son comercializadas por personas externas o, cuando lo hacen ellos mismos, deben realizarlo a través de un proceso de homogeneización con los habitantes de la ciudad, por ejemplo utilizando indumentaria citadina, para no sufrir abusos, molestias o discriminación.

Según Eric Hobsbawm (2000), los medios de comunicación permitieron estandarizar, homogeneizar y transformar las ideologías populares logrando de esta forma que los símbolos nacionales pasaron a formar parte de la vida de todos los individuos. 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. 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. 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 (Muñiz et al., 2010).

1.2. La discriminación hacia el indígena y su presencia en Nuevo León

Monterrey fue fundada el 20 de septiembre de 1596 por españoles; es entonces cuando inicia el exterminio de la población indígena, cuyo clímax se dio en el siglo XIX. Como consecuencia, una de las características peculiares de la ciudadanía regia era su pertenencia principal a la raza blanca, característica que después se agudizaría con su relación con Estados Unidos (García Rojas, 2003). No obstante, según el Censo de Población y Vivienda (INEGI, 2005), en Nuevo León actualmente se hablan 56 de las 62 lenguas indígenas nacionales. En el año 2005, el INEGI informó que en el estado habitaban 57,731 indígenas, un 1.4% de la población total (4,199,292 habitantes).

En el repertorio cultural nacionalista la imagen que se maneja 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 (Giménez, 2000). El estereotipo del indígena lleva a que, si alguno de sus miembros no utiliza 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; pero en el momento en que lo haga, es posible que sea discriminado.

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, p. 65). La negativa se basa en prejuicios hacia un grupo y es la que se encuentra con más regularidad, empleada peyorativamente 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 (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).

Si se toma en cuenta que la mayoría de los indígenas que residen en 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. Si bien en algunas casas se busca apoyarlas, en las otras se les discrimina y se abusa de ellas (Nodo, 2006). Durín (2006), señala que es habitual que las personas que conocen la discriminación hacia alguna persona indígena sientan que es algo reprochable, 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, siendo su forma de vestir y de hablar el acompañamiento de un estereotipo cómico, lo cual lo convierte en alguien diferente.

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. 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.

La presencia indígena en la población de Nuevo León fue claramente anecdótica hasta 1970 (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). En Monterrey 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 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).

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

El uso del concepto cultivo dentro de la teoría planteada por Gerbner obedece al metalenguaje necesario de todo estudio a profundidad; dicho significado plantea una especie de relación entre el medio y su público, centrándose en la contribución de la televisión en la concepción de la realidad. El contenido televisivo no origina ni crea por sí solo los elementos para el cultivo, sino que 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, es fundamental en este proceso de cultivo el contexto y los factores que intervienen en él, lo que significa que el género, la edad o clase social que posee el espectador crea una marcada diferencia en la perspectiva con la que verá al mundo (Gerbner 2002).

La televisión crea y refleja imágenes, opiniones y creencias; 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. Por ello, 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 el mismo autor, la mayoría de los conocimientos no provienen de situaciones experimentadas por las propias personas, sino que bien provienen de fuentes ajenas, ya sea el caso de libros, imágenes audiovisuales y más actualmente internet.

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). No obstante, frente a esta idea más positiva, Hughes (1980) sostiene 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 convenciones. Su función central no es generar un cambio, sino una resistencia al cambio.

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 a un cambio en el sistema de mensajes, generando nuevas y diferentes perspectivas al cultivo. Para cuantificar dichas percepciones se busca clasificar las diferentes tipos de efectos generados por la televisión, usando como métodos la encuesta y el análisis de contenido. Existen dos tipos de efectos: los de primer orden, que se refieren a la

transmisión de hechos del mundo de la televisión o indicadores culturales hacia su audiencia, como pueden ser características demográficas de la sociedad o la frecuencia de actos violentos; y los de segundo orden, que representan el impacto de esos indicadores en las actitudes de la audiencia (por ejemplo en la desconfianza, lealtad o satisfacción personal) (Hawkins y Pinagree, 1982). Los resultados de este tipo de estudios han logrado detectar que los consumidores seleccionaban respuestas de la televisión más veces que las reales, comprobando así la teoría del cultivo (Bilandzic, 2006).

1.4. El estereotipo indígena en los medios de comunicación

A pesar de que son diversos los vehículos que funcionan como informantes hegemónicos 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 patriarcal. 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). En coincidencia con la idea de Mastro y Greenberg (2000) se observa que los latinoamericanos buscan un estilo de vida similar al de los estadounidenses aprendido a través de los programas de televisión.

En su planteamiento seminal sobre los estereotipos, Lippman (1922) plantea que éstos son imágenes que existen en la mente de las personas, las cuales se utilizan para capturar el 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 con enfoque más real como en las comedias y/o telenovelas (Muñiz et al., 2010). Ésta 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 (Muñiz et al., 2010). 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 (Gerbner, et al., 2002).

Se puede dar 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, algo que puede ocasionar que los indígenas nieguen su origen.

Existe una disputa por el reconocimiento y la autodeterminación en las expresiones culturales de los diversos grupos indígenas y no sólo tiene que ver con los elementos tradicionales que tanto los representan (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). 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).

2. Hipótesis y preguntas de investigación

Si el contenido televisivo contribuye a la concepción de la realidad, es posible que la sociedad nuevoleonesa identifique los indígenas en relación 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. Debido a esto, es relevante saber si existen elementos discriminatorios en la televisión, en lugar de buscar su exaltación como se pretendía en las primeras representaciones de indígenas en los medios masivos de comunicación (Nahmad, 2007). Por ello, el objetivo principal de este trabajo es determinar 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. Como se ha visto en el marco teórico, la comunidad indígena en Nuevo León aunque reducida es también una realidad (Durín, 2009), por lo que es de suma importancia identificar la forma en que son mostrados en los espacios televisivos locales. Este cuestionamiento principal 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?

3. Metodología

3.1. Técnica de estudio

Para dar respuesta a las preguntas 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).

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 sinnúmero de variables, dependiendo lo que se busque (Martínez, 2006, p.p. 26-27). Gracias a este marco metodológico es precisamente como 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 concibe, 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 unidades de análisis; c) selección de las categorías que se utilizarán 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 (Piñuel, 2002, pp. 7-8).

Siguiendo a Berelson (1952), 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 ciertos estereotipos, rasgos o roles con que son asociados los grupos sociales. Por ello, la teoría del cultivo 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.

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 este artículo se apoya principalmente en la primera, pues pretende conocer qué mundo simbólico se está presentando en los programas con respecto a los indígenas.

3.2. Muestra de contenidos

El estudio contempló el análisis de la programación de tres canales de televisión local, de ámbito local y emisión abierta: Multimedios Estrellas de Oro Canal 12, Tv Azteca Monterrey Canal 7 y Televisa Monterrey Canal 34, para conocer la imagen del indígena generada en los programas de dichos canales. Así, el universo de estudio venía constituido por todos los programas de ficción y entretenimiento de origen mexicano emitidos a lo largo de la semana. Se analizaron únicamente los programas grabados durante el verano de 2009 (junio y julio), revisando todos los programas englobados en las siguientes 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.

Se excluyeron comerciales, noticias, programas de entretenimiento (p. e. realities) o de ficción (p. e. películas, series, sitcoms) de origen extranjero, así como los programas referentes a la ayuda social. Esto se estableció de acuerdo a lo postulado por Signorielli, Gerbner y Morgan. (1995), que recomiendan no 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.

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. Se detectaron un total de 24 programas, se identificó el total de personajes ($n = 1052$), y se seleccionó los que estuvieran caracterizados como indígenas ($n = 31$), el 2.95% del total.

Sólo tres programas presentaron indígenas en su espacio: “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%). 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. Sólo se codificaron los personajes y se analizaron

sus características, tomando como unidad de contexto el sketch o el capítulo, y no el programa. Así, 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

Para la realización del análisis de contenido, se elaboró un libro de códigos, a partir de estudios precedentes y aportaciones personales, compuesto por los siguientes apartados:

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 (1 = principal, 2 = secundario y 3 = reparto o background). También se evaluó el rol narrativo desempeñado por el personaje (1= protagonista, 2= antagonista o villano (2), 3= secundario protagónico y 4= secundario antagónico); se analizó el género (1 = masculino o 2 = femenino), si estaba (1) o no (0) caracterizado como un personaje indígena, la profesión que desempeñaba y si ésta era identificable o no.

a) 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, estándar o gorda/obesa; estatura alta, promedio o baja; cabello rubio o negro; tez oscura; apariencia física guapa, promedio y/o 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 (como el americano) o regional (como el yucateco).

b) Características de apariencia del personaje. Se evaluó si el personaje tenía (1) o no (0) las siguientes características de apariencia: aparecer maquillado o natural (sin maquillaje), tener adornos (con accesorios) o sencillo (sin accesorios ni adornos); llevar ropa atrevida y provocativa, conservadora, occidental o tradicional; llevar peinado arreglado y/o aparecer limpio.

c) Prácticas y comportamientos del personaje: Se identificó si mostraba (1) o no (0) una

actitud religiosa habitual durante el desempeño de su papel (rezar el rosario, asistir a oficios) y el comportamiento violento del personaje, codificando si cometía (1) o no (0) algún

acto violento físico o psicológico, o si bien recibía un acto de violencia física o de violencia psicológica.

d) Características actitudinales del personaje. 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.

3.4 Codificación y fiabilidad

El análisis de contenido fue realizado por dos investigadores cuyo trabajo consistió en visionar los programas locales seleccionados, en los cuales se identificaban los personajes tanto indígenas como los no indígenas y realizar el análisis de contenido apoyándose con el libro de códigos diseñado para identificar las variables buscadas.

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 sean representativos para la investigación. El valor mínimo obtenido tras el chequeo de la fiabilidad intercodificadores (Fórmula de la Pi de Scott) fue de .70, obtenido en las variables relativas a la “complejión 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.

4. Análisis de resultados

4.1. Descripción general de los personajes

Las unidades de análisis fueron los 46 personajes que el muestreo arrojó, tanto indígenas como no indígenas; éstas fueron identificadas en su mayoría en programas de entretenimiento (Gente Regia, El Club), con un 96.8% de apariciones. Es de resaltar que únicamente un

programa en serie manejaba personajes indígenas, mientras que los no indígenas dominaron en las series (26.7%), $\chi^2(1) = 5.733$, $p < .05$.

En cuanto a la etnia de los personajes, 15 pertenecían al grupo catalogado como No indígena (32.6%), mientras que 31 personajes pertenecían al indígena. De ellos, sólo 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 resultó 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 (66.7%).

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

Tabla 1. Aspectos físicos de los personajes analizados

Aspectos físicos	Tipo de personaje		P
	No indígena	Sí indígena	
Ojos claros	40	-	.001
Ojos oscuros	53.3	100	.001

Compleción delgada	33.3	6.5	.029
Compleción normal	33.3	16.1	.257

Compleción gorda/obesa	40	77.4	.021
Estatura alta	20	25.8	.999
Estatura Promedio	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 analizado. En negrita se indican las diferencias estadísticamente significativas.

4.2. Caracterizaciones físicas y de apariencia del indígena

Dentro de los aspectos físicos, al comparar entre los diferentes tipos de personajes, se detectaron diferencias estadísticamente significativas en 12 aspectos físicos analizados (Ver Tabla 1). Así, la presencia de ojos oscuros dominaba entre los indígenas (100%), mientras que entre los no indígenas era claramente inferior este aspecto (53.3% los presentaban) Los personajes no indígenas son presentados más como personas obesas (77.4%) frente a los no indígenas (40%), quienes poseen en mayor medida una estatura promedio (53%) en

comparación a los grupos étnicos (12.9%). Los datos muestran claramente cómo no tenemos presente a ningún indígena de cabello rubio (0%), pero en cambio se presentan casi en su totalidad como personas de piel oscura (100%) y cabello negro (96.8), con una apariencia física normal (96.8%) y sin destacar por ser atractivos a la vista o desagradables. En ambos aspectos, los personajes no indígenas prevalecen como guapos (40%) o feos (40%) teniendo así un caracterización más fuerte y marcada para el televidente.

El análisis de los aspectos relativos a la apariencia externa con la que los personajes son caracterizados, se reveló poca diferencia entre los aspectos estudiados (Ver Tabla 2). Únicamente se pueden apreciar disimilitudes relacionadas con respecto a la vestimenta. De ésta manera los personajes indígenas son caracterizados siempre vistiendo ropa tradicional (100%), mientras que sólo un 13.3% de los personajes no indígenas aparecían con este tipo de vestimenta en los programas. Además, estas personas no indígenas destacan por portar ropa normal (73.3%), algo no detectado en ningún caso entre los personajes caracterizados como indígenas.

Tabla 2. Aspectos relativos a la apariencia de los personajes analizados

Aspectos relativos a la apariencia	Tipo de personaje		<i>p</i>
	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 analizado. En negrita se indican las diferencias estadísticamente significativas.

Estos resultados muestran de una forma muy clara cómo la representación que se hace en la televisión del indígena concuerda con la idea que Durín (2006) maneja, respecto a que en su imagen dominan características muy marcadas y un tipo de vestuario bastante identificable. Sin embargo, cuando los personajes salen de estos estándares, como puede pasarle al indígena en el mundo real, éstos sufren una occidentalización que les lleva a pasar desapercibidos entre las demás personas de la sociedad o del programa de televisión.

4.3. Caracterización actitudinal y de comportamiento del personaje

En primer lugar, se evaluaron 23 características o atributos relativos a la caracterización actitudinal de los personajes, que significativamente aparecen en el análisis de contenido de los programas estudiados (Ver Tabla 3). De esta manera se pudo 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. Frente a ello, podemos observar a un personaje no indígena clasificado en general como malo (20%) en mayor rango que a uno no indígena (0%), así como injusto (20%) y agresivo (33.3%) contra el mismo resultado (0%) en esos aspectos actitudinales del personaje indígena. Uno de los resultados más importantes en los aspectos actitudinales es el relativo al respeto, siendo el personaje no indígena claramente representado como más respetado (26.7%) que el indígena (0%).

Tabla 3. Aspectos actitudinales de los personajes analizados

Aspectos actitudinales	Tipo de personaje		P
	No indígena	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 poco presente. Tampoco fueron relevantes los hábitos religiosos de los diferentes personajes.

A pesar de que el indígena está ubicado en un concepto de una persona floja y con cierta ignorancia o atraso, conforme a la caracterización dentro del mundo occidental en el que vivimos (Durín, 2006, Nodo, 2006, Giménez, 2000), se puede identificar que es presentado en los programas analizados como una persona en sí buena y con valores que exaltan esta bondad. Al mismo tiempo el personaje indígena es generalmente motivo de burla para los demás y su espacio de acción es particularmente la cocina, infiriendo así su predisposición al servicio, a pesar de esto es una persona calmada, noble, que ayuda (predisposición al servicio) y busca tratar superarse, al mostrarse como un estudiante, tal vez no brillante, pero que se esfuerza y es

considerado como trabajador, de acuerdo a los resultados mostrados. Un indígena es un ser en esencia bueno que debe ser guiado por algún representante del mundo occidental hacia un mejor futuro, ya que no sé considera que el pueda hacerlo por sí mismo.

4.4. Ocupaciones de los personajes en los programas de televisión local

En la Tabla 4 se puede ver de forma más clara la relación entre las ocupaciones de un personaje y su representación como indígena o como no perteneciente a este grupo de la sociedad, siendo en todos los casos las diferencias estadísticamente significativas. En general, a los indígenas sólo se les identificaba con tres ocupaciones principalmente: cantante (16.1%), empleada doméstica (3.2%) y estudiante (19.4%). Sin embargo, sólo en dos ocupaciones eran los que dominaban de entre los dos grupos de personajes. En este sentido, únicamente se encontró personajes indígenas actuando como cantantes y como empleadas domésticas. Esto se identifica bastante con las actividades de las diferentes etnias y por lo tanto resulta muy representativo para los grupos autóctonos, debido a que como plantea Durin (2009) los indígenas están más asociados con temas como música y servicio. En este último caso, además se muestra la relación de poder y superioridad que existe entre las diferentes representaciones, donde el indígena está bajo la orden de un patrón. Por su parte, los personajes catalogados como no indígenas poseían representaciones más amplias y variadas, dominando en el desempeñando de ocupaciones como doctor (6.7%), ama de casa (6.7%), chef (6.7%), ingeniero (6.7%), maestro (20%) y, sobre todo, estudiantes donde los personajes indígenas aparecen pero en un nivel inferior. Finalmente, se generó una categoría de otras ocupaciones, que es claramente dominada por los personajes indígenas, que presentan en un 61.3% falta de oficios identificables. Este dato no debe dejar pasar el hecho de que sólo el 40.1% de los personajes indígenas contaban con preparación escolar y una carrera terminada.

Tabla 4. Ocupaciones desempeñadas por los personajes analizados

Ocupaciones	Tipo de personaje		<i>p</i>
	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.

De acuerdo con las investigaciones de Durín (2007, 2009), los indígenas tienen sus fuentes de trabajo principalmente en puestos como vendedores o comerciantes callejeros, de asistentes del hogar o actividades relacionadas con el folclore de su cultura. Todas estas ocupaciones de una u otra forma se ven reflejadas en el estereotipo que la televisión maneja al ubicarlos más como empleadas domésticas y cantantes que en alguna otra. Por tanto, se puede inferir que, hasta cierto punto, hay una concordancia entre su representación estereotipada y su realidad social y laboral. Como señala Giménez (2000), el indígena está más asociado con un atraso y busca una identidad propia para dejar de ser el dominado con el objetivo de, si no puede ser el dominante, si tener una identidad digna. Es decir, que no deba ser siempre el “estudiante”,

para poder lograr una representación como el “maestro”, lo que implica un aumento en su estatus.

5. Discusión y conclusiones

En sus trabajos, Gerbner (2000) planteó la idea de que la televisión se ha convertido en una especie de nana o cuidadora para los telespectadores, pues no sólo les entretiene, sino que además les educa e influye. De acuerdo con la teoría del cultivo (Gerbner, 2000), 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 a veces es completamente distinta a lo que las personas viven y a la que caracteriza el mundo real.

Los resultados de la investigación permiten observar en principio que la representación de personajes indígenas en la televisión local está más presente en los programas de entretenimiento que a las series o programas de ficción. Lo cual, sumado a que estos personajes se encuentran más relacionados con temas como humor y música y en trabajos no identificables o como empleados domésticos y cantantes y vestidos siempre de forma tradicional, indica que son más bien una especie de figurín, con un significado vacío de dignidad, que por su apariencia folclórica entretiene y causa risa al espectador. Al compararse estos resultados con los obtenidos de los personajes no indígenas se percibe la existencia de un estereotipo negativo y discriminatorio. Mientras que estos grupos son caracterizados de esta forma, los otros “protagonistas” de los programas son: doctores o ingenieros vestidos de forma más occidental, mostrando que son personajes respetados, al contrario de los indígenas que en este ámbito no están ni siquiera clasificados.

Utilizando las referencias anteriores de los diferentes autores y en combinación con los resultados arrojados por el estudio realizado, el planteamiento principal de la presente investigación se valida:

la televisión local discrimina al indígena.

En cuanto a la pregunta de investigación ¿Qué tanto están presentes los personajes indígenas dentro de los programas de entretenimiento y ficción analizados?, se puede responder

gracias a los resultados que en los programas de entretenimiento domina los personajes indígenas con un 96.8% del total, mientras que los otros tipos de personajes dominan con participación en las series (26.7%). Por lo tanto se percibe que sí existe una representación indígena en los programas de entretenimiento, sin embargo en los programas en los que se podría presentar al indígena de una forma más respetuosa y digna sin ser el centro de la burla o entretenimiento su aparición es mínima. Esto parece indicar que aún sigue en entredicho el reconocimiento como tal de este colectivo y sus integrantes, y la autodeterminación que se encuentra en las expresiones culturales de los diversos grupos étnicos en la televisión (Giménez, 2000).

Respecto al segundo cuestionamiento de la investigación sobre el estereotipo del indígena en la televisión local, éste se muestra como una persona principalmente de ojos oscuros, complexión obesa, estatura baja, cabello negro, tez oscura, un acento peculiar, vestidos de forma tradicional, buenas personas, agradecidos, trabajadores, abiertos, como estudiantes y con ocupación no identificable. Esto es, un personaje altamente estereotipado con características muy marcadas sobre todo en su inocencia que se ve transformada en ignorancia y en desapego de superación.

Mientras que los personajes no indígenas son representados con vestimenta más occidentalizada y tienden a ser más delgados, rubios y guapos o feos, los indígenas tienden a ser catalogados en físico como normales, neutrales, invisibles, si distinción alguna. Estas diferencias físicas son muy marcadas y representativas de la vida real, ya que como 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 a la “mexicana”. Según Navarrete (2008), 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 intención peyorativa y para lastimar, cuando realmente significa originario de un país.

Además, la televisión local no muestra una clara diferenciación entre las distintas etnias que son lanzadas al aire en sus programas, 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.

Como una conclusión general de este estudio, es en gran parte 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. Sus representaciones tienden a utilizar unas características físicas, una forma de vestir y de hablar que complementan un estereotipo cómico del personaje, lo cual convierte al mismo en alguien distinto a la gente normal. Para quienes lo diferente suscita miedo y no es aceptado en una sociedad con una organización ya establecida que ha convertido en parte de su vida la estereotipación, discriminación y segmentación (Muñiz et al., 2010). Rescatando ciertos estereotipos del indígena, encontrados en la investigación, éste es en esencia bueno y trabajador, pero necesita ser dirigido. Es posible que si la televisión mostrara al indígena con formación educativa y habiéndose superado de forma laboral, trabajando fuera de la cocina o del ámbito doméstico, como suelen ser representados, su estereotipación podría irse inclinando, poco a poco, hacía un aspecto más positivo y redundaría en mejores actitudes sociales hacia este colectivo de la población mexicana.

Referencias

- 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.
- Bounds, 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.
- Durín, M. y Sheridan. (2007). *Rostros Desconocidos, Perfil sociodemográfico de las indígenas en Monterrey*. *Trayectorias*, 9(23), 29-42.
- Durín, S. (2003). Nuevo León, un nuevo destino de la migración indígena. *Revista de Antropología Experimental*, 3, 1-7.
- 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. (2007). ¿Una educación indígena intercultural para la ciudad? El departamento de educación indígena en Nuevo León. *Frontera Norte*, 19(38), 63-91.
- 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.
- Fernández, E. (Director) y Fink, A. J. (Productor). (1943). *María Candelaria* [Película]. México: Films Mundiales.
- García Rojas, G. (2003). Migración y desmemoria. La ciudadanía étnica en Monterrey. *Trayectorias*, 5(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 and Society*, 34(1), 175-194.
- Gerbner, G. (1999). The stories we tell. *Peace Review*, 11(1), 9-15.
- Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M. y Signorielli, 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., y Signorielli, N. (1984). Facts, Fantasies, and Schools. *Society*, 21(6), 9-13.
- Gerbner, G., Morgan, M., Gross, L., Signorielli, N. y Shanahan, J. (2002). Growing up with television: Cultivation processes. En J. Bryant y D. Zillmann (Eds.). *Media Effects: Advances in theory and research* (pp. 43-67). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum, Inc.
- 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* (pp. 45-67). México: CIESAS/INI/Porrúa.
- Hawkins, R. P. y Pingree, S. (1982). Television's influence on social reality. En D. Pearl, L. Bouthilet y J. Lazar (Eds.), *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.

- INEGI. (2005). II Censo de Población y Vivienda. México: INEGI.
- Lerner, N. (2002). Discriminación racial y religiosa en el derecho internacional. México, D.F.: Comisión Nacional de los Derechos Humanos.
- Lippmann, W. (1922). Public opinion. Nueva York: Macmillan.
- Marínez, J. (2006). Teorías de la comunicación. Venezuela: Universidad Católica Andrés Bello.
- Mastro, D. E. y Greenberg, B. S. (2000). The portrayal of racial minorities on prime time television. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 44, 690-703.
- Muñiz, C., Serrano, F., Aguilera, R. y Rodríguez, A. (2010). Estereotipos Mediáticos o sociales. Influencia del consumo de televisión en el prejuicio detectado hacia los indígenas mexicanos. *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.
- Piñuel, J. L. (2002), Epistemología, metodología y técnicas del análisis de contenido. *Estudios de Sociolingüística*, 3(1), 1-42.
- Signorielli, N., Gerbner, G. y Morgan, M. (1995). Violence on Television: The Cultural Indicators Project. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 39(2), 278-283.
- 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.

¹ Maestro en Ciencias con especialidad en Comunicación graduado del ITESM Campus Monterrey.

Actualmente trabaja como Asistente de Investigación en la facultad de Ciencias Políticas de la Universidad Autónoma de Nuevo León donde cursa el Doctorado en Filosofía con acentuación en Ciencias Políticas. Su línea de estudio se centran en los estereotipos mostrados por la televisión local y nacional y el impacto de los spots publicitarios de las campañas políticas, que centra el tema de su tesis doctoral.

Email: felipedejesusml@gmail.com

- ² Doctor en Comunicación por la Universidad de Salamanca, España (2007). Es Profesor Titular de la Facultad de Ciencias Políticas y Administración Pública de la Universidad Autónoma de Nuevo León, México. Coordinada la Especialidad en Mercadotecnia Política y Gestión de Medios de la citada institución. Es miembro del Sistema Nacional de Investigadores (SNI) nivel I desde 2010. Sus líneas de investigación se centran en el análisis de la comunicación política y las representaciones de los grupos sociales en los contenidos mediáticos. Email: carlos.munizmr@uanl.edu.mx