



# AMIC 2012

La **investigación** de la **comunicación** y su **incidencia social**

Análisis sobre la construcción del campo de estudio y la producción de conocimiento

# Memorias XXIV Encuentro Nacional de la AMIC

Saltillo, Coahuila

Coordinadores

Dra. Gabriela de la Peña Astorga

Dr. Francesco Gervasi

Miembros del CAEF Comunicación para el Desarrollo Social  
de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, UAdeC.



UNIVERSIDAD  
AUTÓNOMA  
DE COAHUILA  
FACULTAD DE CIENCIAS  
DE LA COMUNICACIÓN

**amic**

ISBN: 978-607-95511-2-4



9 786079 551124

TODOS LOS DERECHOS RESERVADOS CONFORME A LA LEY  
© UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE COAHUILA y  
Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación

Saltillo, Coahuila.

HECHO EN MÉXICO

ISBN: 978-607-95511-2-4

Coordinadores: Dra. Gabriela de la Peña Astorga y Dr. Francesco Gervasi

Colaboradores del Staff de Memorias: Gloria Elizabeth Rodríguez García, María Estefany Solís Martínez, César Josué Sosa Infante, Blanca Estela Hernández Orta, Claudia Paulina López Vázquez y Víctor Rodolfo Vázquez Aguilar.

Diseño Editorial: ID Intelligent Design - Daniel Vargas Trujillo y Miguel Sánchez Maldonado

Memoria AMIC, se publicó electrónicamente en el mes de mayo de 2012.

## **Políticas de Comunicación** **1574**

La percepción de los niños sobre los contenidos infantiles de la televisión mexicana.	1575
Políticas de comunicación y sistemas complejos en la Agroindustria de caña de azúcar y Biocombustibles.	1584
Políticas de Telecomunicaciones y TIC en México: de la "cobertura social" al "acceso universal".	1597
Los Medios de Comunicación colectivos como parte del corazón del Estado mexicano.	1601
Problemas y retos comunes en la radio de servicio público a principios del siglo XXI.	1617

## **Comunicación Intersubjetiva** **1626**

Los actos de habla como componentes lingüísticos de la comunicación intersubjetiva.	1627
INDIVIDUO-COMUNIDAD-COMUNICACIÓN. Tras la pista de la intersubjetividad	1637
Comunicación Personal Y Comunicación Intersubjetiva.Un recorrido histórico en búsqueda de los rasgos comunicacionales en cada tipo de personalidad	1643
Comunicación Cara a Cara vs. Comunicación Mediada por Computadora: Posibilidades y Limitaciones.	1653
El Rostro de la Exclusión Juvenil. Un Esbozo desde la Comunicación Intersubjetiva	1664
Comunicación Interpersonal y Comunicación Intersubjetiva: trazos y aproximaciones	1668
Comunicación intersubjetiva: algunas claves teóricas para su definición.	1675
Personalización, intimidad y confianza: criterios para comprender la comunicación interpersonal como comunicación intersubjetiva	1688

## **Estudios de Comunicación y Juventud** **1698**

Valoración del Teléfono Celular entre Usuarios Jóvenes	1699
Consumo musical de los jóvenes en la Universidad Pedagógica Nacional. ¿Alternativa o reproducción?	1710
Visibilidad de las expresiones juveniles en el Valle de Toluca	1715
Estereotipos mediáticos de los indígenas en México. Análisis de las representaciones en programas de ficción y entretenimiento de televisoras en N. L.	1723
Ciudadan@s digitales: dibujando las formas de participación política juvenil en la era de internet	1735

# Estereotipos mediáticos de los indígenas en México. Análisis de las representaciones en programas de ficción y entretenimiento de televisoras en N. L.

Felipe Marañón Lazcano  
felipejesusml@gmail.com

Carlos Muñiz

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN

Grupo de investigación: Estudios de Comunicación y Juventud

## Resumen

En México, aunque los grupos indígenas de la población han sido estudiados desde diversas disciplinas, existen muy pocos 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 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 que se estereotipa y discrimina al personaje indígena, ubicándolo en una posición inferior, al servicio del otro. Además lo presentan con características físicas muy marcadas que crean una amplia diferenciación entre los personajes, en la que el indígena siempre es neutro y sin distinguirlo de las diferentes étnicas.

## 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 al México actual. Entonces, el país estaba habitado por nativos que fueron designados como indios, debido a la creencia de que era India y no un nuevo continente lo que se encontraba. 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 mestizaje. 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 hay discriminación al indígena a través de su representación mediática expuesta en los programas de entretenimiento y ficción, siendo ésta la hipótesis principal del trabajo. El estudio se apoyó en la teoría del cultivo de Gerbner, que 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).

## 1. Marco teórico

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.

### 1.1 La discriminación hacia el indígena y su presencia en Nuevo León

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 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; 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). 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 (Durín, 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 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, 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).

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 cercanía a la raza blanca, característica que después se relacionaría con Estados Unidos (García Rojas, 2003). No obstante, actualmente, según el Censo de Población y Vivienda (INEGI, 2005), en Nuevo León 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).

## **1.2 El proceso del cultivo de imágenes a través de los medios**

El contexto de la palabra cultivo para esta teoría 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 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.

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, 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. Sus métodos son la encuesta y el análisis de contenido. 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 (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).

## **1.3 El estereotipo indígena en los medios de comunicación.**

A pesar de que son diversos los vehículos que funcionan 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). 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.

Según Eric Hobsbawm (2000), los 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. 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.

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. 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. 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

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.

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*

Durante la recopilación de artículos e investigaciones para la realización de esta tesis, se encontró un grave vacío 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?

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. Debido a esto, resulta interesante analizar e identificar la forma en que son representados los indígenas en la televisión nuevoleonense. Así como saber si ésta incluye elementos discriminatorios en vez de buscar su exaltación como se pretendía en las primeras representaciones de indígenas en los medios masivos de comunicación (Nahmad, 2007).

### **3. 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).

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). 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 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 esta tesis se apoya principalmente en la primera, 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 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 (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. (1995), 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.

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, 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. 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. Para este caso se codificó a sus personajes y se analizaron sus características. Se tomó 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**

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. Está 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, si ésta era identificable o no.

- *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, normal o gorda/obesa; estatura alta, normal o baja; cabello rubio o negro; tez oscura; apariencia física guapa, normal 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 (americano) o regional (yucateco).

- *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, normal o tradicional; llevar peinado arreglado y/o aparecer limpio.

- *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.

- *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.

- *Temas que trataba el personaje*. Se identificaron los temas tratados por los personajes en los programas, agrupándolos en temas generales e identificando el número de veces que se mencionaban, ubicando así el contexto en el que se desarrollaba el personaje y lo que para éste era 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 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 las variables buscadas.

Con posterioridad al proceso de codificación, y a fin de 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 "complejidad 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

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. La presencia de los personajes no indígenas dominó en las series (26.7%),  $2(1) = 5.733$ ,  $p < .05$ .

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 resultó estadísticamente representativa  $2(1) = 2.714$ ,  $p > .05$ .

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,  $2(2) = 6.497$ ,  $p < .05$ . 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,  $2(1) = 8.433$ ,  $p < .01$ . 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 fotográfico 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. Sin embargo, en este caso no se detectaron diferencias significativas en función del género,  $2(1) = 0.531$ ,  $p = .530$ . 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.

#### **4.1 Caracterizaciones físicas y de apariencia del indígena**

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 compleción física gruesa (77.4%), estatura baja (61.3%), cabello negro (96.8%) y tez oscura (100%), de apariencia física normal (96.8%), es decir, neutra, y un marcado acento (74.2%).

El análisis de los aspectos relativos a la apariencia externa con la que los personajes son caracterizados reveló pocas diferencias entre los aspectos estudiados. Únicamente se pueden apreciar 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%).

#### **4.2 Caracterización actitudinal y de comportamiento del personaje**

Se evaluaron 23 características o atributos que significativamente aparecen en el análisis de contenido de los programas estudiados. 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. 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.

#### **4.3 Temas tratados en los programas de televisión local por los personajes**

Las conversaciones de los personajes indígenas suelen estar relacionados con espacios dentro de la cocina (51.6%) y con los chistes (22.6%). 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 en muy bajo índice, a 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.

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. 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 patíño para generar risas entre las personas que observan los programas de televisión,  $2(1) = 8.433$ ,  $p < .05$ . Curiosamente existe una mayor relevancia entre los indígenas y la cocina,  $2(1) = 8.765$ ,  $p < .05$ , 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%).

#### **4.4 Ocupaciones de los personajes en los programas de televisión local**

Casi la mitad de los personajes analizados no presenta 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. 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).

Los resultados nos muestran que a los indígenas se les identifica más que nada con 3 ocupaciones: 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,  $\chi^2(8) = 26.975, p < .05$ . 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%), representándolos como 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% no indígenas con preparación escolar, y con una carrera terminada. Los indígenas no son mostrados como amas de casa, pero sí como empleados domésticos (3.2%), muestra de la relación de poder y superioridad que existe entre las diferentes representaciones, donde el indígena está bajo la orden de un *patrón*.

El oficio del maestro es exclusivo de los no indígenas (20%). 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%).

### 5. Discusión y conclusiones

Gerbner (2000) maneja la idea de que la televisión se ha convertido en una especie de nana para los telespectadores, pues no sólo entretiene, sino educa e influye. 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 a veces es completamente distinta a lo que las personas viven.

Los resultados de la investigación permitieron observar en un principio que la representación de personajes indígenas en la televisión local está más inclinada a 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 (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 un mero entretenimiento. Sin embargo al compararse estos resultados con los obtenidos de los personajes no indígenas se crea un estereotipo negativo y discriminatorio. Mientras que los *originales habitantes de México* son así caracterizados, los otros protagonistas de los programas son: doctores (6.7%), ingenieros (6.7%) vestidos de forma normal (73.3%), mostrando 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 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 contesta 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%). Hay una representación indígena en los programas de entretenimiento, pero en programas que pueden representar 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 (Giménez, 2000).

Para contestar el segundo cuestionamiento sobre el estereotipo del indígena en la televisión local, éste se muestra como un ser de ojos oscuros (100%), complexión obesa (77.4%), estatura baja (61.3%), cabello negro (96.8%), tez oscura (100%) y un acento peculiar (74.2%), vestidos de forma tradicional (100%), buenas personas (74.2%), agradecidos (58.1%), trabajadores (74.2%) y abiertos (87.1%), como estudiantes (19.4%) que no completan su formación y con ocupación no identificable (61.3%). 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 (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. 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 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 dolo 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 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.

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 lo diferente da 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.

### 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*. N. Y.; 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, S. (2009). *En Monterrey hay trabajo para Mujeres. Proceso de Inserción de las mujeres indígenas en el área Metropolitana de Monterrey*. MTY, 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
- 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 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., & 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.
- 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.
- 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 H.
- Hobsbawm, E. (2000). *Naciones y nacionalismo desde 1780*. Barcelona: Edit. Crítica.
- Hughes, M., (1980). The fruits of cultivation 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.
- 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 A. 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
- 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 de cine y el video. *Revista de estudios latinoamericanos*, 45.
- Navarrete, F (2008). *Los Pueblos indígenas de México*. México: CONADI.
- 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
- 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.