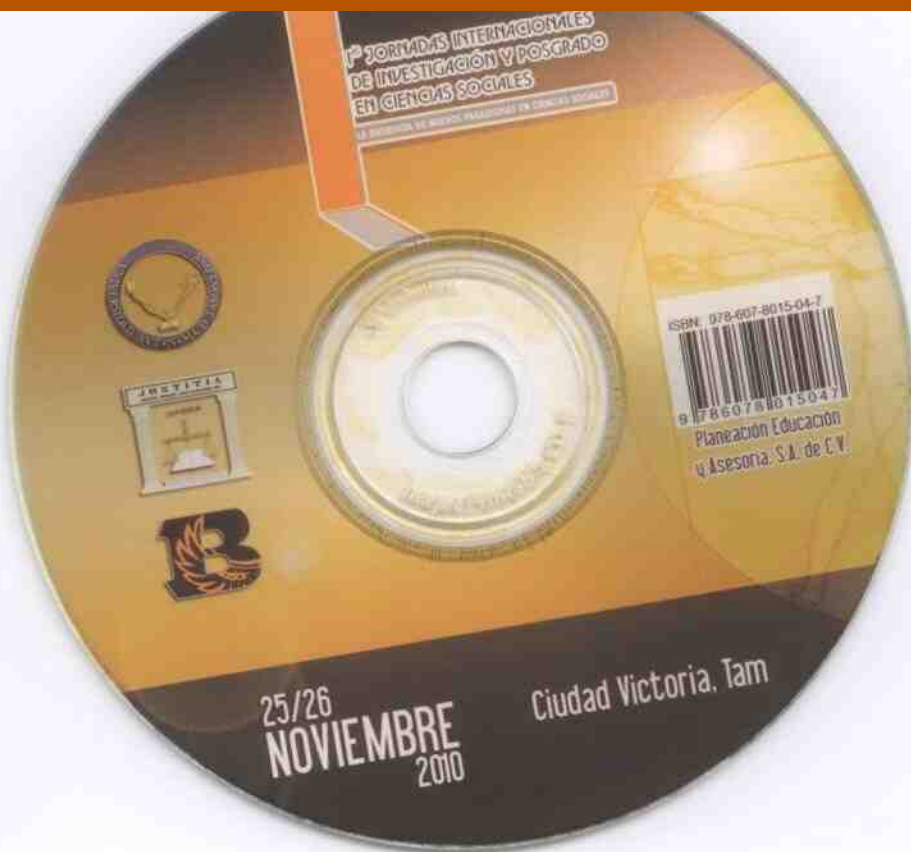




Estereotipos del indígena mexicano. Un análisis de contenido de los programas de entretenimiento y ficción de la televisión local de Monterrey¹

Dr. Carlos Muñiz Muriel
Universidad Autónoma de Nuevo León
carmuniz@hotmail.com

Lic. Felipe Marañón Lazcano
Tecnológico de Monterrey, Campus Monterrey
feliplop@hotmail.com

Lic. Alma Rosa Saldierna Salas
Universidad Autónoma de Nuevo León
saldierna_alma@yahoo.com.mx

Mtra. Citlali Sánchez Hernández
Tecnológico de Monterrey, Campus Monterrey
citla.sanchez@gmail.com

Dra. Alma Elena Gutiérrez Leyton
Tecnológico de Monterrey, Campus Monterrey
alma.gutierrez@itesm.mx

Dr. Francisco Javier Serrano Bosquet
Tecnológico de Monterrey, Campus Monterrey
fjserrano@itesm.mx

Resumen

Los estudios sobre la representación de las minorías en los medios de comunicación han demostrado que los grupos minoritarios han sido normalmente infra-representados y estereotipados en los programas, desempeñando papeles menores y con ocupaciones de bajo estatus (Tamborini *et al.*, 2000). En el caso mexicano, son escasos los estudios sobre representación mediática de los grupos minoritarios, tanto étnicos como de otro tipo (Lozano, 2006). El estudio que se presenta consistió en un análisis de contenido de los programas de entretenimiento y ficción emitidos por las televisoras locales de Monterrey. Los resultados muestran una baja presencia de personajes indígenas, que

¹ Este estudio forma parte del proyecto de investigación titulado “Efectos de la representación de los indígenas en los medios de comunicación sobre su percepción por la población juvenil”, financiado por CONACYT en su convocatoria de 2008 de Investigación Básica SEP-CONACYT, Modalidad Joven Investigador (J2), dirigido por el Dr. Carlos Muñiz.

normalmente protagonizan los espacios en los que aparecen, pero que son estereotipados de forma física y actitudinal frente al resto de personajes.

Palabras clave: estereotipos, entretenimiento, ficción, indígenas, televisión

Abstract

Studies about minorities' portrayals in mass media have found that these minority groups have been miss represented and stereotyped in programs. Those portrayals are normally in less important roles and low status jobs (Tamborini et al., 2000). In the Mexican case, the studies on ethnic or others minorities' media portrayals are scarcest (Lozano, 2006). The present study consists in a content analysis of entertainment and fiction programs emitted by local TV stations from Monterrey. The results evidence a small indigenous characters' presence. Also, they are normally the main character in these programs. However, they also are stereotyped from physical and attitudinal aspects front to rest of characters.

Key words: stereotypes, entertainment, fiction, indigenous people, television

1. Marco teórico

1.1. Aproximaciones a la definición de estereotipo

Los estereotipos han sido definidos como “creencias más o menos estructuradas en la mente de un sujeto sobre un grupo social” (Páez, 2004, p. 760). Son generalizaciones que constituyen, en cierta forma, un rechazo de las diferencias individuales que caracterizan a los miembros de los exogrupos. Es decir, los estereotipos consiguen que se ignore la variabilidad de los miembros del grupo. De esta manera, cuando una persona es categorizada dentro de un grupo étnico concreto, se le asignan determinados atributos, normalmente de carácter negativo, debido a su pertenencia a un grupo concreto (Tan, Fujioka y Lucht, 1997). El uso de los estereotipos está presente en todas las sociedades, pues es habitual que las personas los utilicen para procesar la información que perciben de su entorno social. De este modo, cuando se mantengan relaciones con personas de ese grupo, los estereotipos actuarán de una forma funcional, permitiendo mantener una rápida interacción social con esas personas.

Por tanto, los estereotipos son producto de procesos de tipo cognitivo que se desarrollan para categorizar en diferentes grupos a las personas, un proceso que conlleva la creación de ciertas creencias estereotípicas. Éstas se caracterizan por la “simplificación o exageración”, el carácter “justificador y racionalizador” de

las conductas ante el exogrupo, el carácter “consensual” al ser compartidas y por su “rigidez”, pues son resistentes al cambio. Además, normalmente son contruidos a partir de ciertas descripciones sobre la a) apariencia física; b) conductas de rol; c) rasgos de personalidad y d) roles laborales (Páez, 2004).

Muchas veces, las generalizaciones que constituyen los estereotipos no están necesariamente basadas en la experiencia personal, sino que se pueden aprender sin tener contacto directo con personas del grupo social estereotipado. Un aprendizaje que procede de la información que se transmite y que el individuo recibe de otras personas o a través de los medios de comunicación (Seiter, 1986). Sobre esta misma idea ya trabajó Lippman (1922), quien planteó que los estereotipos son imágenes que tenemos en nuestra mente y que usamos para capturar el mundo que nos rodea. Señaló que la utilización de los estereotipos viene asociada a una economía de esfuerzo: cada persona mantiene ciertos estereotipos para entender la información que percibe, aunque siempre estando preparados para cambiarlos cuando se encuentran nuevas experiencias o evidencias que pueden ser contradictorias con los estereotipos previamente establecidos. Lo negativo es, señaló Lippman, que también contienen en cierta forma una justificación de las diferencias sociales, legitimando el estatus que existe en las sociedades, por lo que son utilizados para la discriminación de unos grupos frente a otros (Tamborini, Mastro, Chory-Assad y Huang, 2000).

1.2. Los medios como transmisores de estereotipos

Hoy parece demostrado que los medios juegan un papel crucial en la generación de estereotipos, en especial la televisión, en tanto que representa mejor que ningún otro medio la realidad social (Dixon, 2000; Seiter, 1986; Tamborini *et al.*, 2000; Gorham, 2004). No en vano, se ha afirmado que “la información que obtenemos en los medios de comunicación actúa en la producción de estereotipos que nos ayudan a simplificar nuestro ambiente social” y, por tanto, a “procesar la información” (Dixon, 2000, p. 62). Esta es la postura defendida por Seiter (1986), quien realizó un trabajo aclaratorio sobre los estereotipos y su presencia en los medios de comunicación. Según la autora, los investigadores de la comunicación de masas han pretendido utilizar comúnmente el concepto de estereotipo para plantear la idea de que las representaciones mediáticas de la realidad son falsas e inmorales. La conclusión principal de estos estudios es que los medios de comunicación, sobre todo la televisión, están dominados por los hombres pertenecientes al grupo blanco, el más poderoso en las sociedades occidentales (Seiter, 1986).

En la actualidad, el estudio de los estereotipos mediáticos (*media stereotypes*) está marcado por el acercamiento teórico apoyado en la psicología social. Sus autores hablan de las estructuras o categorías cognitivas utilizadas para evaluar a los grupos y a sus miembros y que constituyen los estereotipos

sociales (Domke, 2001). Estas estructuras se forman a partir de los conocimientos, creencias y expectativas percibidas por las personas acerca de un grupo social determinado (Dixon, 2000). Partiendo de esta idea, los psicólogos sociales plantean que los estereotipos constituyen esquemas mentales (*schema*) que “ayudan a las personas a simplificar el medio ambiente social en el que viven, procesando rápida y eficazmente los estímulos entrantes basados en la presencia de unas pocas características relevantes” que le son asignadas a ciertos grupos sociales (Gorham, 2004, p. 15). Estos esquemas no sólo ayudan a estructurar el conocimiento sobre los grupos sociales, sino también a generar expectativas acerca de los miembros que pertenecen a esos grupos debido a las características que por su pertenencia deben compartir (Domke, 2001).

De acuerdo con esta línea de investigación, el proceso de estereotipación se desarrolla en dos etapas diferenciadas (Brown Givens y Monahan, 2005). La primera conlleva la *activación* de los estereotipos de forma inconsciente, debido a que éstos ya han sido activados de forma frecuente en el pasado y, por tanto, actuarán con la mera presencia de miembros de un grupo estereotipado. En esta etapa, se activa un sistema de creencias personales que asocia a ciertos grupos con ciertos estereotipos –por ejemplo, los latinos como vagos, los negros como criminales o, en nuestro contexto cultural, los catalanes como tacaños–. En la segunda etapa, los estereotipos activados en la mente de las personas son usados para interpretar la información recibida, así como para hacer juicios de valor en el futuro. Así, es de esperar que cuando se tenga que pensar o relacionarse con miembros de grupos concretos, los estereotipos emerjan para “ayudar” a la persona a tomar sus decisiones (Brown Givens y Monahan, 2005; Gorham, 2004).

1.3. Las minorías y los estereotipos mediáticos

Los estudios sobre la representación de las minorías sociales (étnicas, religiosas, sexuales, etc.) en los medios de comunicación se remontan a principios de los años 70, cuando en Estados Unidos se comenzó a analizar la imagen principalmente de los individuos del colectivo afro-americano desde los postulados de la teoría del cultivo (Gerbner, 1993; Greenberg, Mastro y Brand, 2002). En el caso concreto de la representación de las minorías étnicas en los programas de televisión, en especial en sus series de entretenimiento, los estudios se centran primordialmente en los espacios emitidos en la franja horaria de mayor audiencia: *prime-time* o triple A. Un rápido repaso por estos trabajos arroja una gran cantidad de estudios centrados en la representación de los afro-americanos en las series, sin duda debido a que durante mucho tiempo ésta ha sido la minoría mayoritaria en los Estados Unidos, así como la que tenía y sigue teniendo una mayor conciencia de grupo social (Greenberg *et al.*, 2002). Frente a ellos, las restantes minorías –latinos, asiáticos y americanos nativos– están infrarepresentadas en las series, aunque poco a poco comienzan a tener una presencia mayor, existiendo cada vez más personajes desempeñados por miembros de estos grupos.

Es interesante estudiar la presencia afro-americana en las comedias y dramas televisivos de los Estados Unidos, pues esta minoría ha constituido el grupo que más tiempo lleva siendo caracterizado en los medios. concluyen que éstos “han sido infra-representados y estereotipados en sus retratos y han desempeñado normalmente roles menores y con ocupaciones de bajo estatus” (Tamborini *et al.*, 2000, p. 641). Durante los años que transcurrieron desde el inicio de la televisión hasta la década de los 70, las series solían presentar un escaso 5 ó 6% de personajes de color (Nama, 2004; Tamborini *et al.*, 2000). Fue a partir de los años 90 cuando la presencia televisiva de este grupo aumenta, tanto cuantitativamente como cualitativamente. El número de personajes aumenta y sus roles mejoran, sobre todo a partir de series como “El Show de Bill Cosby” (Nama, 2004). Pero esta paridad era ilusoria, pues una tercera parte de todas las representaciones tenían lugar en seis únicas comedias de situación, que en suma constituían menos del 6% del conjunto de la programación (Tamborini *et al.*, 2000). Además, el aumento no fue general, pues mientras que los hombres negros ocuparon más puestos en las series, no ocurrió lo mismo con las mujeres (Gerbner, 1993; Greenberg *et al.*, 2002).

Al revisar los roles desempeñados por los personajes de minorías étnicas en los programas, se observa cómo estos siguen estando estereotipados. Si bien hay que mencionar que en las últimas décadas ésta ha mejorado, con la incorporación de roles o papeles más positivos. Así, por ejemplo, los personajes negros evolucionan desde roles como sirvientes o bufones hasta personajes exitosos y con un carácter profesional como abogados, jueces o médicos. Sin embargo, como señalan en su estudio Greenberg *et al.* (2002) su representación sigue siendo sutilmente diferente, no por el tipo de empleo, sino porque son presentados de forma más provocativa que los blancos y con tintes cómicos (Greenberg *et al.*, 2002). En cuanto a los personajes latinos, su presencia ha sido tradicionalmente minoritaria en la pantalla, a través de personajes “caracterizados mayormente por un pequeño conjunto de roles” (Tamborini *et al.*, 2000, p. 642). Los estudios han encontrado hasta seis estereotipos clásicos en las imágenes de los latinos: 1) el del bandolero mexicano, personaje violento, delincuente, poco inteligente, desaliñado y poco fiable; 2) el de prostituta, figura femenina de la encarnación de la sexualidad; 3) el de bufón masculino, un personaje risible debido sobre todo a su incapacidad de expresarse correctamente en inglés; 4) la payasa, compañera femenina del bufón; 5) el amante latino, ampliamente difundida en las películas realizadas a partir de los años 20 y, finalmente, 5) el de la señora oscura, con carácter misterioso y apartado aunque seductora (Greenberg *et al.*, 2002; Tamborini *et al.*, 2000).

En el caso de la televisión mexicana, son aún escasos los estudios sobre representación mediática de los grupos minoritarios, tanto étnicos como de otro tipo (Lozano, 2006). Los existentes marcan una clara presencia ínfima de

personajes indígenas, en papeles normalmente muy estereotipados (Flores y García, 2007; Lozano, de la Fuente, Garza y Treviño, 1997). Ante la falta de estudios que desde acercamientos cuantitativos aporten datos sobre la representación de los colectivos indígenas en los medios de comunicación mexicanos, y más en concreto en los programas de ficción y entretenimiento, se plantean las siguientes preguntas de investigación a las que se pretende dar respuesta con este estudio:

- PI1: ¿Qué tanta presencia tienen los personajes indígenas dentro de los programas de ficción y entretenimiento, y qué rol juegan en ellos?
- PI2: ¿Qué estereotipos están ofreciendo las televisoras zona metropolitana de Monterrey sobre los indígenas en sus programas de ficción y entretenimiento?
- PI3: ¿Existen diferencias en la caracterización de los personajes indígenas, frente a los que no lo son, de los programas analizados?

2. Método seguido

2.1. Unidad de análisis

Para la realización de la investigación, se seleccionó una muestra de los personajes presentes en los programas de ficción y entretenimiento aparecidos en las televisoras *Televisa*, *TVAzteca* y *Multimedios*, en su edición local para Monterrey. El universo o población de análisis estaba formado por todas los personajes aparecidos en los programas emitidos entre el 3 de junio y el 3 de julio de 2009. Para la realización del trabajo de selección de la muestra se contó con el apoyo del Centro de Investigación en Comunicación e Información (CINCO) del Tecnológico de Monterrey, Campus monterrey.

En la primera fase de la búsqueda se detectaron todos los programas de entretenimiento y ficción emitidos en dichas televisoras, y que fueran de producción nacional. Esto dio lugar a un total de 24 programas. Dentro de ellos se detectaron el total de personajes ($n = 1052$), y se detectaron de entre ellos los que estuvieran caracterizados como indígenas ($n = 31$), que supusieron el 2.95% de la población total. De cara al estudio, y a fin de poder hacer comparaciones entre personajes indígenas y no, se seleccionaron únicamente los localizados en los programas con personajes de este colectivo, quedando finalmente la muestra compuesta por un total de 46 personajes o unidades de análisis.

2.2. Libro de códigos

De cara a la realización del estudio, se elaboró un libro de códigos que contenía los siguientes apartados principales:

2.2.1. Datos de identificación básicos: Se codificó el tipo de programa analizado (1= película, 2 = serie y 3 = programa de entretenimiento y variedades), así como el tipo de personaje que en concreto se codificaría (1 = principal, 2 = secundario y 3 = reparto o *background*). También se evaluó el rol narrativo desempeñado por el personaje, codificando si era el de protagonista (1), antagonista o villano (2), secundario protagónico (3) o bien secundario antagónico (4). También del personaje se analizó su género (1 = masculino o 2 = femenino) y si estaba (1) o no (0) caracterizado como un personaje indígena.

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

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

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

2.2.5. Características actitudinales del personaje. Finalmente, también se evaluaron algunas características de corte actitudinal de los personajes. De esta manera, se pidió a los codificadores que indicaran si el personaje era (1) o no (0) agradecido, ingrato, amistoso, antisocial, bueno, malo, desconfiado, confiado,

desleal, injusto, calmado, alterado, pasivo, agresivo, flojo, trabajador, ridiculizado, respetado, tonto, inteligente, abierto, mentiroso y/o provocativo.

2.3. Procedimiento

La codificación de las unidades de análisis fue realizada por dos evaluadores, participantes en el proyecto. Con posterioridad a la codificación, y a fin estimar la fiabilidad del estudio (*intercoder reliability*), se codificó nuevamente toda la muestra, al estar constituida por pocas unidades. 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 “complexión normal” del personaje. El valor medio de acuerdo de las variables que fueron consideradas para el estudio fue de .99, lo que indica una alta confiabilidad. Todos los datos obtenidos en la codificación fueron capturados y analizados con el paquete estadístico SPSS v. 19.0. En concreto, se calcularon pruebas de Chi cuadrado, al contar únicamente con variables cualitativas en el estudio.

3. Análisis de resultados

3.1. Análisis descriptivo de la muestra

Como primera fase de análisis de los resultados, se procedió a realizar un monitoreo de la topografía de los datos obtenidos. Los programas analizados, en su mayoría de entretenimiento pues sólo se detectó una serie con presencia de personajes indígenas, contenían un total de 46 personajes que constituyeron las unidades de análisis. La mayoría de ellos estaban caracterizados como pertenecientes al colectivo estudiado (67.4%). Tan sólo 15 de los personajes no eran indígenas, lo que representa un 32.6% del total. Además, la mayoría de los personajes indígenas eran detectados en los programas de entretenimiento general, donde se situó el 96.8% de ellos. Sin embargo, la presencia de los personajes dominó en las series (26.7%), $\chi^2(1) = 5.733, p < .05$.

Entrando en el tipo de personajes dentro de los programas, se observó que la mayoría de ellos (69.6%) eran principales, detectando tan sólo un 23.9% de secundarios y un 3% de personajes de reparto o *background*. Al comparar entre personajes indígenas y no, se detectó que entre los principales dominaban los caracterizados como indígenas (80.6%), mientras que los no indígenas dominaban entre los secundarios (46.7%). Sin embargo, en los personajes de reparto no se observaron diferencias significativas entre ambos grupos, $\chi^2(2) = 6.497, p < .05$. Con respecto al rol desempeñado por esos personajes, la mayoría eran protagónicos (63%), detectándose únicamente un 37% de secundarios protagónicos. Al entrar en la comparación por rol del personaje, se encontraron diferencias significativas a nivel estadístico, $\chi^2(1) = 8.433, p < .01$. Así, los personajes indígenas eran mayoritarios entre los protagonistas (77.4%), mientras que los no indígenas lo eran entre los secundarios protagónicos (66.7%).

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

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

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

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

3.2. Caracterizaciones del indígena

A fin de conocer cuál es la caracterización que normalmente se hace del indígena en los programas de entretenimiento y ficción de ámbito nacional, se procedió a comparar en función de los diferentes aspectos evaluados en el libro de códigos. En primer lugar, se comparó qué tanto los personajes indígenas, frente a los que no lo eran, puntuaban en los aspectos físicos (Ver datos en la Tabla 1). En general, los personajes indígenas destacaban normalmente en ser presentados con ojos oscuros, en complexión física más bien gorda o incluso obesa, con una estatura más bien baja, con cabello negro y piel oscura, con apariencia física normal, es decir, ni guapa ni fea, y, finalmente, con un marcado acento característico. Sin embargo, los personajes no indígenas eran en general más bien altos, con ojos claros,

con complexión delgada y estatura normal, con apariencia física guapa o fea y cabello rubio. Como se puede ver en los datos de la Tabla 1, fueron pocos los aspectos donde no se observaron claras diferencias entre los personajes, lo que indica la importancia que el físico tiene a la hora de la caracterización del personaje.

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

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 relativo a la apariencia analizado. En negrita se indican las diferencias estadísticamente significativas.

Adentrándose en el análisis de los aspectos relativos a la apariencia externa con la que eran caracterizados los personajes, se detectaron diferencias en pocos aspectos (Ver datos en la Tabla 2). Así, tanto sólo se puede indicar que los personajes caracterizados como indígenas suelen vestir en mayor medida ropa tradicional, mientras que los personajes no indígenas destacan por llevar vestimenta tradicional u “occidental”. Sin embargo, no se detectaron diferencias para el resto de aspectos estudiados, por lo que ni se puede afirmar que los personajes indígenas sean, o no, caracterizados en los programas con aspectos como maquillaje, peinados o adornos.

Para continuar con el análisis, se procedió a comparar los aspectos actitudinales de los personajes, a partir de la evaluación de 23 características o atributos que efectivamente aparecieron en el análisis de contenido (Ver datos en la Tabla 3). Así, se puede observar cómo los personajes indígenas suelen estar caracterizados, en general, más bien como personas agradecidas, buenas, calmados y abiertos respecto a los demás. Sin embargo, los personajes presentados como no indígenas en los programas de entretenimiento y ficción tendían a aparecer más como malas personas, injustos y alterados. Nuevamente, para el resto de roles o presentaciones no se detectaron diferencias estadísticas. 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, que en general era poca, ni en los hábitos religiosos de los personajes.

Tabla 3: Aspectos actitudinales a la apariencia presentes en los personajes, en función de su caracterización como indígenas o no.

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

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

5. Conclusiones preliminares

Los resultados obtenidos aportan información que debe ser revisada, pues a partir de su análisis se podrá obtener, no sólo una buena fotografía, sino también una radiografía de la representación del indígena en los programas de ficción y entretenimiento mexicanos. Dando respuesta a la primera pregunta, se observa que los personajes indígenas o caracterizados como tal tienen, en general, una baja presencia en la parrilla televisiva local. Con apenas un 3% del total de

personajes detectados, claramente su representación es minoritaria. Sin embargo, al comparar estos datos con los de población indígena en la misma zona geográfica analizada, se observa una sobrerrepresentación, pues en la actualidad los datos oficiales del Instituto Nacional de Estadística (INEGI) hablan de un aproximado 1% de población indígena en Nuevo León.

Los resultados también arrojan una realidad interesante, y hasta cierto punto similar a la de los grupos minoritarios analizados en otros contextos nacionales. Aunque la presencia entre el total de programas analizados es pequeña, en los espacios donde sí aparecen personajes indígenas éstos suelen ser principales y protagonistas. En este caso el resultado se debe a que este tipo de personajes aparecen de forma predominante en ciertos sketches de programas de entretenimiento, pero en poca medida en programas de ficción. En todo caso, hay que recordar que los datos proceden de programas de televisoras de ámbito local, donde la presencia de este tipo de programas es minoritaria. Es necesario, por tanto, analizar la programación presente en la televisión de ámbito nacional, para conocer así la caracterización hecha del indígena en otros formatos audiovisuales, como las películas, telenovelas y/o series.

Dando respuesta a la segunda pregunta, se observa una representación estereotipada del indígena. El indígena sigue representándose como una persona baja, de piel oscura, cabello y ojos negros, con vestimenta tradicional y adornos, amable, sumiso, bueno, trabajador, agradecido con los que le ayudan y falto de comportamientos violentos. Pero, más interesante que la mera descripción de los atributos del indígena, es comparar a estos personajes con el resto de los presentes en el programa, para detectar dónde realmente se marca la diferencia. Así, y dando respuesta a la tercera pregunta, se observa que esta diferencia en la caracterización se presenta especialmente a partir de los rasgos físicos y actitudinales, y no tanto en sus comportamientos o apariencia externa. Piel, ojos y cabello oscuros, unidos a un acento marcado, una vestimenta tradicional, y una caracterización actitudinal como agradecidos, tranquilos y calmados serían así las pinceladas en que se marcan las diferencias con respecto al resto de personajes.

Obviamente, estos datos ofrecidos en bruto deben ser contrastados con la evidencia empírica que apoya la idea de que los medios ayudan a generar en sus audiencias, que en el caso de la televisión es buena parte de la sociedad, un ideario sobre los colectivos reflejados en ella. Un proceso que ha sido denominado como estereotipación (Brown Givens y Monahan, 2005). De esta manera, se podrá conocer si este tipo de representaciones que se han encontrado en este estudio están contribuyendo a generar la lejanía y desconocimiento que desde la Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas (2006) se indica que existe entre la población mexicana con respecto al tema indígena. Un hecho que, en palabras del organismo, “complica aún más la visión sobre este sector, cuya imagen está cargada de mitos, vaguedades y estereotipos” (p. 46). Estas conclusiones reflejan perfectamente la realidad de los estereotipos sobre grupos

sociales concretos que no suelen estar apoyados en la experiencia personal, un hecho que se ha contrastado como un importante factor explicativo de la disminución de ideas estereotipadas y prejuiciosas hacia los miembros de los grupos minoritarios (Tan *et al.*, 1997) o, por el contrario basado en la información recibida desde los medios de comunicación (Seiter, 1986).

6. Bibliografía

- BROWN GIVENS, S. M. y MONAHAN, J. L. (2005): "Priming mammies, jezebels, and other controlling images: An examination of the influence of mediated stereotypes on perceptions of an African American woman", *Media Psychology*, vol. 7, Págs. 87-106.
- COMISIÓN NACIONAL PARA EL DESARROLLO DE LOS PUEBLOS INDÍGENAS. (2006): *Percepción de la imagen del indígena en México: diagnóstico cualitativo y cuantitativo*, Ciudad de México, Autor.
- DIXON, T. L. (2000): "A social cognitive approach to studying racial stereotyping in the mass media. *African American Research Perspectives*", vol. 6, núm. 1, Págs. 60-68.
- DOMKE, D. (2001): "Racial cues and political ideology: An examination of associative priming", *Communication Research*, vol. 28, núm. 6, Págs. 772-801.
- FLORES, M. L. y GARCÍA, A. (2007): "Estereotipos demográficos, ocupacionales y étnicos en la televisión mexicana", MARTELL, L.; VALDÉS, G.; KARAM, T. y VALERO, J., *Anuario de Investigación de la Comunicación* (Págs. 41-59), México, CONEIC.
- GERBNER, G. (1993): *Women and minorities on television. (a report to the Screen Actors Guild and the American Federation of Radio and Television Artist)*, Philadelphia, University of Pennsylvania.
- GORHAM, B. W. (2004): "The social psychology of stereotypes: Implications for media audiences", LIND, R. A., *Race/Gender/Media: Considering diversity across audience, content, and producers* (Págs. 14-21), Boston, Pearson.
- GREENBERG, B. S., MASTRO, D. E. y BRAND, J., (2002): "Minorities and the mass media: Television Into the 21st Century", BRYANT, J. y ZILLMANN, D., *Media Effects. Advances in the Theory and Research* (Págs. 333-351), Hillsdale, NJ, Lawrence Erlbaum Associates.
- LIPPMANN, W. (1922): *Public opinion*, Nueva York, Macmillan.
- LOZANO, J. C. (2006): "Diversidad cultural y televisión en México", *Comunicación y Sociedad*, núm. 5, Págs. 137-156.
- LOZANO, J. C., DE LA FUENTE, Y., GARZA, R., y TREVIÑO, J. (1997): "Estereotipos demográficos, ocupacionales y raciales en las películas de estreno en los videoclubes de Monterrey, Nuevo León", *Revista de humanidades: Tecnológico de Monterrey*, núm. 3, Págs. 109-132.
- NAMA, A. (2003): "More symbol than substance: African American representation in network television dramas", *Race and Society*, vol. 6, núm. 1, Págs. 21-38.

- PÁEZ, D. (2004): "Relaciones intergrupales", PÁEZ, D.; FERNÁNDEZ, I.; UBILLOS, S. y ZUBIETA, E., *Psicología Social, Cultura y Educación* (Págs. 752-768), Madrid, Pearson Educación.
- SEITER, E. (1986): "Stereotypes and the media: a re-evaluation", *Journal of Communication*, vol. 36, núm. 4, Págs. 14-26.
- TAMBORINI, R., MASTRO, D. E., CHORY-ASSAD, R. M. y HUANG, R. H. (2000): "The color of crime and the court: A content analysis of minority representation on television", *Journalism and Mass Communication Quarterly*, vol. 77, Págs. 639-653.
- TAN, A., FUJIOKA, y LUCHT, N. (1997): "Native American stereotypes, TV portrayals, and Personal Contact", *Journalism and Mass Communication Quarterly*, vol. 74, Págs. 265-284.