Instituto de Ciencias de Gobierno
y Desarrollo Estratégico

Benemérita Universidad Autónoma De Puebla

Instituto De Ciencias De Gobierno Y Desarrollo Estratégico

Formación de la opinión pública indígena. Estudio de caso: La ficción televisiva y los jóvenes nahuas del municipio de Cuetzalan del Progreso

Tesis presentada para obtener el título de Maestro en Opinión Pública y Marketing Político

Presenta: Sergio Paredes Juárez

Directora: Dra. Norma Pareja Sánchez

Febrero de 2015

creative commons

Reconocimiento-CompartirIgual 4.0 Internacional (CC BY-SA 4.0)

Esta obra está licenciada bajo la Licencia Creative Commons Atribución-Compartir Igual 4.0 Internacional. Para ver una copia de esta licencia, visita http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/deed.es_ES

Usted es libre de:

- **Compartir** — copiar y redistribuir el material en cualquier medio o formato
- **Adaptar** — remezclar, transformar y crear a partir del material para cualquier finalidad, incluso comercial.

  El licenciador no puede revocar estas libertades mientras cumpla con los términos de la licencia.

Bajo las condiciones siguientes:

- **Reconocimiento** — Debe reconocer adecuadamente la autoría, proporcionar un enlace a la licencia e indicar si se han realizado cambios.
- **Compartir-Igual** — Si remezcla, transforma o crea a partir del material, deberá difundir sus contribuciones bajo la misma licencia que el original.

- **No hay restricciones adicionales** — No puede aplicar términos legales o medidas tecnológicas que legalmente restrinjan realizar aquello que la licencia permite.

Creciendo, lentamente me di cuenta de que todas las cosas alrededor de mí, que la gente decía que era su forma natural de ser y que siempre serían así, no eran tan naturales del todo, eran cosas que podían cambiarse, y eran cosas que, más importante, estaban mal y tenían que cambiarse. Una vez me di cuenta de eso, no había vuelta atrás.

-Aaron Swartz (1986-2013)

Dedico este trabajo a:

Andrea, Emiliano, Erick, Paty y Sergio,
los amores de mi vida.

A Hugo Chávez y Aaron Swartz,
gigantes que nos desafían con su
ejemplo.

A los pueblos originarios que
conservan la raíz genuina del México
profundo.

Agradecimientos.

Agradezco a mis padres y a mi hermano por todo el apoyo que me han y me siguen brindando. Agradezco a Andrea por el soporte y la confianza que me ha dado desde hace mucho tiempo.

Agradezco muy especialmente a mi querida asesora, la Dra. Norma Pareja Sánchez, quien desde el primer momento depositó su confianza y respaldo en este trabajo, además agradezco su instrucción y su cariño. A mis amables lectores y ejemplares maestros, el Doctor Carlos Enrique Ahuactzin Martínez y el Doctor Jorge Castillo Durán, sus enseñanzas y amistad me acompañarán el resto de mi vida.

Al Dr. José Antonio Meyer Rodríguez, al Dr. Gabriel Miranda Trejo, a la Lic. Carla Ríos Calleja y al personal docente y administrativo del Instituto de Ciencias de Gobierno y Desarrollo Estratégico. A mis compañeros de generación de la Maestría en Opinión Pública y Marketing Político por su ayuda y amistad a lo largo de estos años. A Are y Ale por su cariño y su alegría.

A la comunidad nahua de San Miguel Tzinacapan del municipio de Cuetzalan del Progreso, a los jóvenes, maestros y autoridades de la escuela telesecundaria Tetsijtsilin, sobre todo a la directora, la Mtra. Coral Morales por su apoyo en el levantamiento de la encuesta y en la traducción al náhuatl del resumen de la investigación.

Al Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT) ya que esta tesis fue realizada con el apoyo del Programa Nacional de Posgrados de Calidad.

RESUMEN

Esta investigación tiene como objetivo general analizar la relación entre el consumo de ficción televisiva y la opinión pública entre jóvenes nahuas del municipio de Cuetzalan del Progreso que se encuentra ubicado en la Sierra Nororiental del Estado de Puebla, México. Según el Censo poblacional del INEGI (2010), Cuetzalan cuenta con una población mayoritariamente indígena (81% de la población total), en donde según Avalos (2010), el principal tipo de programas que prefieren los jóvenes de la región son las telenovelas.

En este trabajo se busca establecer la relación entre la recepción de la ficción televisiva y la formación de la opinión pública a partir de las teorías que estudian a las audiencias en ambos campos del conocimiento. Esta tesis partió del supuesto de que una fuerte identidad étnica de los jóvenes nahuas interviene como mediación en el proceso de recepción de la ficción televisiva y en la formación de su opinión pública. Esta intervención ocurre al anteponer los valores socioculturales a los mensajes de las telenovelas, a partir de una mediación de referencia, dando como resultado una opinión pública alejada del texto de dicho género.

Se presentan las teorías de la opinión pública (teoría del establecimiento de la agenda, la espiral del silencio, la teoría del cultivo y la teoría crítica), y las teorías de la recepción de las audiencias (teoría de los estudios culturales y la teoría de la mediación). Una metodología mixta es aplicada en esta tesis, el modelo para desarrollar instrumentos retomado de Hamui-Sutton (2013), propone realizar la investigación en dos fases, la primera cualitativa que servirá para el desarrollo del instrumento para la fase cuantitativa. Los principales resultados se concentran en

que los jóvenes nahuas de Cuetzalan consumen en alto grado las telenovelas, poseen una fuerte identidad étnica y que su opinión pública gira en torno a una problemática local e inmediata como la contaminación de su comunidad, a la pérdida de costumbres y tradiciones nahuas y sobre su situación presente y futura. Éstas cuestiones, según ellos, son muy diferentes a los temas tratados en las telenovelas, lo que da como una conclusión central en este estudio que, a pesar de que los jóvenes consumen en un grado alto la ficción televisiva, las telenovelas tienen escasa relación en la formación de su opinión pública.

PALABRAS CLAVE

Opinión pública, Ficción televisiva, recepción, jóvenes nahuas, identidad étnica

ABSTRACT

This research has the general objective to analyze the relationship between consumption of television fiction and public opinion among young Nahuas of the municipality of Cuetzalan del Progreso which is located in the Northeastern Sierra of Puebla, Mexico. According to the INEGI population census (2010), Cuetzalan has a majority indigenous population (81% of the total population), where according Avalos (2010), the main type of programs they prefer young people in the region are the soap operas.

This work seeks to establish the relationship between the reception of television fiction and the formation of public opinion from the theories of both fields of knowledge that study the audience. This research assumed that a strong ethnic identity of young Nahuas takes part in the process of television fiction reception and its relationship with the formation of their public opinion. This process occurs when their cultural and social beliefs are set before the soap operas messages, from a reference mediation, resulting in public opinion far away from the text of television fiction.

Theories of public opinion (theory of agenda setting, spiral of silence, cultivation theory and critical theory), and theories of audience reception studies audience (theory of cultural studies and the mediation theory) are presented. A mixed method is applied in this thesis, the model to develop instruments resumed in Hamui-Sutton (2013), conducts the research in two phases, the first qualitative will serve for the development of the instrument for the quantitative phase. The main results are that the young Nahuas of Cuetzalan consumed large content of soap operas, have a

strong ethnic identity and their public opinion is about locals and immediate problems such as pollution in their community, loss of customs and traditions and their present and future situation. These issues, they say, are very different from the topics covered in soap operas, giving as a central finding in this study that, although young people consume large content of television fiction, soap operas have low relationship with the formation of their public opinion.

KEY WORDS

Public opinion, television fiction, reception, young Nahuas, ethnic identity

TAIXPEJPEJ

Itech in nonetajtanil tein nikijkuilojya itech amaix nitatsintokak keniu mopata in maseualpipil i talnemililis keman kimauisouaj in xolopijyot tein kixnextia in tepos ixkuakayauiloni tein itech in tonalmej semi kininyoltilana itech in altepet Kuesalan tein moajsi itech itech kitokaitijkej Sierra Nororiental del Estado de Puebla. Tein kijtosneki itech in tapoualmej teinkitokaytijkej INEGI (2010), Kuesalan pouij achi miakej in maseualtokniuan (81% tein nochin tichanchiuaj itech in altepet Kuesalan), uan kampa tein techtapouia in tokniu Avalos (2010), in maseualpipil, achi kininyoltilana in tepos ixkuakayauiloni.

In chiualis ualeua itech in taneltokalis kampa in pipil ininmaseualyot semi kininyolkepa keniu kionchiaskej in koyotanemililis tein kixnextia in tepos ixkuakayauiloni uan keniu mo makitskiaj in sentanemililis. Nochi in mochiua keman achto kinentaliaj inin maseualtalnemililis uan satepan in koyotanemililis tein kimouisouaj, uan tein kixejekouaj itech in tepos ixkuakayauiloni amo kiyolpata tein yejuan kinemiliaj. Itech in chiualis titatsintokaj keniu momakitskijkej in san tein amo xolopijyot uan in ininsentanemililis itech ome tanemililismej tein ika se kiixmati tokniuan.

In ome tanemililismej tein tikixnextiaj yejuaya in sentanemililis (koyokopa kinintokaitiaj in tanemililismej: *teoría del establecimiento de la agenda, la espiral del silencio,la teoría del cultivo y la teoría crítica*) uan in tanemililismej tein ika se tatsintoka keniu taixejekouaj in tokniuan (koyokopa kinintokaitiaj in tanemililismej: *teoría de los estudios culturales y la teoría de la mediación)*. In tekit tikchiukej kemej kijtoua Hamui-Sutton (2013), ekinika ika se i tamachilis, tein satepan techpaleuis ika in tamachiualis. In yekinika taixejekolis tikajsij keniu in maseual pipil tein nemij

Kuesalan semi kimouisouaj in tepos ixkuakayauiloni, semi kininyolchikaua inin maseualyot uan sentanemiliaj ika in kuejmolmej kemej in tikojkokouaj to taltikpak, in tikuejuelouaj touejkaukayotalnemililis uan tein kinemij uan no tein kinemitijok. In kuejmolmej kijtouaj semi tamantikej ika tein kixnextiaj in tepos ixkuakayauiloni uan yej ika semi tikixejekoua itech in tatsintokalis, in pipil maski semi kimouisouaj in koyotanemililis, amo kipoukaitaj in tanemililis tein kualkui in tepos uan amo ika yoni moyolkepaj.

YIEKATAJTOLMEJ

Sentanemililis, Tepos ixkuakayauiloni, Taixejekolis, Maseualpipil, Maseualyot.

ÍNDICE

Introducción..……2

CAPÍTULO I. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN……...7

1.1 Planteamiento de problema..……...7

1.2 Pregunta general y preguntas específicas……..10

1.3 Justificación……..10

1.4 Objetivo general y objetivos……..……...14

1.5 Supuesto de partida/hipótesis……...15

1.6 Principales limitaciones……..16

CAPÍTULO II. MARCO CONTEXTUAL……...17

2.1 El estudio de la opinión pública en México……17

2.1.1 La opinión pública originaria……...20

2.2 Generalidades de la población indígena en México……..23

2.2.1 Antecedentes de los indígenas nahuas de Cuetzalan del Progreso……26

2.3 Antecedentes de la televisión y de la ficción televisiva en México…….28

2.3.1 Antecedentes del género ficción en México……30

2.4 Contexto de los jóvenes indígenas y la recepción televisiva en México……..……32

CAPÍTULO III. MARCO TEÓRICO. LA RECEPCIÓN TELEVISIVA EN LA FORMACIÓN DE LA OPINIÓN PÚBLICA……..36

3.1. La opinión pública……..37

3.1.1 Orígenes del concepto……39

3.1.2 Qué es la opinión pública……44

3.1.3 Teorías de la opinión pública……49

3.1.3.1 La espiral del silencio……...50

3.1.3.2 Establecimiento o fijación de la Agenda……52

3.1.3.3 Teoría del cultivo……...55

3.1.3.4 Teoría crítica……..57

3.2 La recepción televisiva……...59

3.2.1 Los estudios culturales……64

3.2.2 La teoría de la mediación……67

3.3 La opinión pública y la recepción televisiva……70

CAPÍTULO IV. METODOLOGÍA……..……..73

4.1 Fase cualitativa de la investigación……..74

4.1.1 La metodología cualitativa……..74

4.1.2 La técnica entrevistas en profundidad……..75

4.1.3 Instrumento, muestreo y levantamiento……76

4.2 Fase cuantitativa de la investigación……79

4.2.1 La metodología cuantitativa……..79

4.2.2 La técnica encuesta……80

4.2.3 Instrumento, muestreo y levantamiento……81

CAPÍTULO V. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS……83

5.1 Resultados de la fase cualitativa de la investigación……83

5.2 Resultados de la fase cuantitativa de la investigación……..91

5.2.1 Datos demográficos…….91

5.2.2 Datos socioeconómicos……..92

5.2.3 Consumo de televisión……93

5.2.4 Consumo de telenovelas…….95

5.2.5 Opinión pública…….97

5.2.6 Relación entre la opinión pública y la ficción televisiva……...100

5.2.7 Televisión y grupos originarios……102

5.2.8 Identidad étnica……..104

CAPÍTULO VI. CONCLUSIONES GENERALES……..109

6.1 Consideraciones finales……...116

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS……...121

ANEXOS……...130

La opinión pública salvará al mundo.

-Hugo Chávez.

Introducción

Esta investigación se originó por la inquietud del autor en intentar explorar la formación de la opinión pública en la población indígena del país. Conociendo la complejidad que los estudios de opinión pública demandan, se optó por enfocar la investigación a un ángulo específico de un fenómeno muy extenso. El que tiene que ver con el consumo de televisión, y en particular con el género de la ficción, en un grupo aborigen cercano al espacio geográfico donde se desarrolló la investigación, el grupo nahua.

Al comienzo de esta investigación se revisó el contexto étnico y social de los grupos aborígenes mexicanos en donde se estableció que se encuentran entre los grupos con más alta marginación del país (CONAPO, 2011) y entre los que sufren mayor discriminación en México (CONAPRED, 2011). Además se identificó que los pueblos originarios no solo sufren un racismo social, sino también un racismo académico (Van Dijk, 2007), es decir, se encuentran alejados de las discusiones científicas y de los cuerpos académicos de investigación en México.

Se efectuó una revisión de la bibliografía con respecto a la cultura e identidad de la población originaria del país, que arrojó como resultado que son grupos sociales con fuerte identidad étnica y que es el período de la juventud en donde se configura la construcción cultural, ya que se asume una identidad (Muñiz, 2013). Esa identidad es el presente y será el futuro de esas culturas.

Asimismo se buscó conocer el papel que tienen los medios de comunicación en la cultura de los grupo sociales, resultando en que los medios de comunicación, especialmente la televisión, intervienen en la formación de identidades juveniles en el ámbito rural (Avalos, 2010). Igualmente se averiguó que las personas jóvenes consideran a la televisión un actor importante en la socialización y aprendizaje juvenil (Muñiz, 2013).

Se revisó la literatura al respecto de los procesos de recepción de la ficción televisiva en México, detectándose que la recepción televisiva es un proceso sociocultural, en el cual el receptor es activo, decodifica, resiste y negocia los mensajes del televisor (Orozco, 1993) y que la televisión juega un papel relevante en la formación de creencias, actitudes y prejuicios, sobre todo en los jóvenes (Muñiz, 2013).

Por otra parte se realizó una exploración bibliográfica de las teorías de la opinión pública en donde se identificó que existen teorías que explican la lógica de la formación, y con esto, la privación de la opinión pública, alejada de los intereses de los que quedan fuera del debate (D´Adamo, 2007). Fue entonces que se emprendió la tarea de explorar la relación entre la opinión pública, la recepción televisiva y los jóvenes indígenas de Cuetzalan del Progreso.

En este contexto surgieron las siguientes interrogantes: ¿Cuál es la relación entre el consumo de ficción televisiva y la opinión pública entre los jóvenes nahuas del municipio de Cuetzalan del Progreso? ¿Cuáles son los factores que intervienen en el proceso de formación de la opinión pública de los jóvenes nahuas de

Cuetzalan? ¿Cuál es el papel de la recepción de la ficción televisiva en el proceso de formación de la opinión pública en los jóvenes nahuas de Cuetzalan? Y ¿Cuál es el papel de la identidad étnica en el proceso de formación de la opinión pública de los jóvenes nahuas de Cuetzalan?

Para responder éstas preguntas de investigación se buscó construir un marco teórico conceptual que estableciera la relación entre el proceso de recepción televisiva y formación de la opinión pública a partir de los estudios de las audiencias que ambas disciplinas teorizan.

El marco teórico se construyó en dos ejes, el de la opinión pública y el de la recepción televisiva. El eje de la opinión pública consideró la teoría del establecimiento de la agenda, la espiral del silencio, la teoría del cultivo y la teoría crítica, y en el eje de la recepción televisiva, la teoría de los estudios culturales y la teoría de la mediación.

La naturaleza del objeto de estudio requirió una metodología mixta, que permitió abordar desde una perspectiva cuantitativa de las teorías de la opinión pública y desde una perspectiva cualitativa de los estudios de recepción de las audiencias buscando la complementariedad de ambos métodos.

Por lo tanto, el marco metodológico se desarrolló en dos fases, la primera cualitativa que sirvió para el desarrollo del instrumento para la fase cuantitativa. La fase cualitativa permitió la construcción de un instrumento cuantitativo fundado en las visiones, experiencias y lenguaje de los participantes y no solo en la perspectiva del investigador

Este estudio es un esfuerzo por llevar la cuestión indígena al lugar que merece, a la luz pública, por lo pronto en el ramo académico-científico. En esta tesis se busca llevar a la cuestión indígena a un ámbito socialmente visible para así formar parte de la definición de opinión pública propuesta por Blanch (en D´Adamo, 1988).

La tesis está compuesta por seis capítulos. El capítulo primero es el diseño de la investigación que se compone del planteamiento del problema, las preguntas de investigación, la justificación del trabajo, el objetivo general y objetivos particulares, el supuesto de partida y las principales limitaciones de la tesis.

En el capítulo segundo se describió la situación actual del estudio de la opinión pública en México, además se hizo una breve reseña de la opinión pública originaria, así como se desarrollaron las generalidades de la población indígena en México y los antecedentes de los indígenas nahuas de Cuetzalan del Progreso. Los antecedentes de la televisión y el género ficción también se relataron en este capítulo. Por último, se desarrolló el contexto de los jóvenes indígenas y la recepción televisiva en México.

En el capítulo tercero se buscó contribuir a la construcción de un marco teórico conceptual que establezca la relación entre el proceso de recepción televisiva y formación de la opinión pública. En primer lugar se desarrolló el concepto de opinión pública, su origen, su definición y las principales teorías de la opinión pública que se relacionen con la recepción de las audiencias. En segundo término se desarrolló el concepto de recepción televisiva, la investigación de las

audiencias y se explicarán algunas de las teorías de las audiencias. Una vez definidos ambos conceptos se terminó estableciendo la relación entre ambos.

En el capítulo cuarto se describió la metodología aplicada, al implementarse un método mixto, el capítulo se dividió en dos partes, la primera corresponde a la fase cualitativa y la segunda a la fase cuantitativa de la investigación.

Asimismo en el capítulo quinto, se presentó el análisis de los resultados de ambas fases de investigación. Se dio cuenta de las categorías y variables de acuerdo a cada fase metodológica. Los resultados más importantes fueron que los jóvenes nahuas de Cuetzalan consumen en alto grado las telenovelas, poseen una fuerte identidad étnica y que su opinión pública gira en torno a la contaminación de su comunidad, a la pérdida de costumbres y tradiciones nahuas y sobre su situación presente y futura.

Por último, en el capítulo sexto se presentaron las conclusiones generales y las consideraciones finales, así como las nuevas interrogantes surgidas a raíz de la presente investigación. La conclusión en este estudio fue que a pesar de que los jóvenes consumen en un grado alto la ficción televisiva, el consumo de telenovelas tiene escasa relación en la formación de su opinión pública.

CAPÍTULO I. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 Planteamiento de problema

México es un país multicultural con una población indígena que corresponde al 9.91%[1] de la población total, distribuidos por todo el territorio nacional y con algunas características comunes como la influencia de la religión católica, el idioma español, la marginación, la resistencia y la lucha por la preservación de su identidad y a la vez, características muy diferentes, como las tradiciones, las lenguas, las creencias y las formas de organización propias de cada población autóctona.

En esta tesis se utilizará el término indígena, del latín, *inde* (de allí) y *gens* (población) que significa “originario de un país”, para referirnos a aquellas personas que descienden de poblaciones que habitaban en el territorio actual del país al iniciarse la colonización y que conservan sus propias instituciones sociales, económicas, culturales y políticas, o parte de ellas, además de considerarse como tales. Cabe señalar que éste término es el que se emplea oficialmente en las leyes e instituciones de nuestro país, además de ser el más usado en los medios de comunicación y en el lenguaje cotidiano para referirse a éste sector de la población. Asimismo se utilizará indistintamente los vocablos “originario”, "indio", “autóctono”, “nativo” y “aborigen” como sinónimos de la palabra indígena.

[1] Quizás no haya cifras reales de la cantidad de indígenas que vivan en México, debido a los criterios estadísticos empleados en el conteo, como lo son la edad, la lengua y la identificación étnica y la constante discriminación y racismo hacia los pobladores originarios quienes en algunos casos han optado por negar su condición de indio y asumir una identidad diferente (Bonfil, 1987).

Unas características que comparte la población indígena en México es la discriminación que sufren por parte de la población mestiza, producto del racismo que existe en nuestro país. Este racismo y la ambición de los gobernantes han causado que los indígenas, personas del "México profundo" (Bonfil, 1987) que se negaron a cambiar, hayan sido borrados prácticamente de todos los ámbitos de relevancia nacional y cuando se les toma en cuenta, se les piensa con prejuicios que llevan a tomar decisiones equivocadas que algunas veces solo empeoran la situación.

Si bien se han hecho muchos esfuerzos para dar a conocer más acerca de las culturas indígenas mexicanas, existen canales de información que van en dirección contraria difundiéndose a todo el país a través de los medios de comunicación masivos. Aunque se han hecho importantes estudios sobre la relación del consumo de televisión y el prejuicio hacia los indígenas en México[2], hasta ahora se ha estudiado al mestizo, mientras que se ha dejado a un lado de la investigación al sujeto sustancial en esta investigación: el indígena.

Aunque en la investigación científica los temas indígenas tienen un incipiente abordaje, aún no hay estudios que centren su análisis en la opinión pública de los grupos étnicos ancestrales[3], se puede decir que, quizás la academia aún no ha encontrado el vínculo que una a éstos con aquella por ser un tema socialmente invisible.

[2]Para conocer más sobre investigaciones recientes sobre la relación televisión y el prejuicio hacia los indígenas, leer *Medios de comunicación y prejuicio hacia los indígenas* de Carlos Muñiz (coord.) 2013.
[3] Una exhaustiva revisión de libros, tesis, artículos científicos permite afirmar lo anterior.

Tomando en cuenta que la televisión es un actor importante en la socialización y aprendizaje juvenil (Muñiz, 2013:8), que interviene en la formación de identidades juveniles en el ámbito rural ya que es en la juventud en donde se configura la construcción cultural, porque se asume una identidad y el género (Avalos, 2010) y la televisión es el medio de comunicación con mayor audiencia en México (CONACULTA, 2010), siendo el género ficción el más transmitido y el segundo más visto en México (Orozco y Vassallo, 2014).

Además la opinión pública no es un concepto común, la idea marxista de la comunicación que se resume en la frase "las ideas de la clase dominante son las ideas dominantes en cada época" (Marx y Engels, 1974:50) está vigente en México, donde la opinión pública se ha asociado al poder de unos sobre otros y alejada de sondeos y búsqueda del bien común.

Al mismo tiempo en los estudios de opinión pública se está empezando a reconocer el lugar que los estudios culturales le dieron al receptor desde hace décadas dentro de la comunicación de masas. Rivadeneira (op. cit.), uno de los teóricos de la opinión pública, apunta que es tan importante o más el análisis de los procesos de recepción que las formas de emisión de los mensajes y el contenido de los mismos, cuestión que recibe poca atención por parte investigadores en los recintos universitarios.

Es en este contexto en el que la presente investigación tiene como objeto de estudio la relación entre la recepción de la ficción televisiva y la formación de la opinión pública de los jóvenes nahuas de Cuetzalan, Puebla.

1.2 Pregunta general y preguntas específicas

PREGUNTA GENERAL:

¿Cuál es la relación entre el consumo de ficción televisiva y la opinión pública entre los jóvenes nahuas del municipio de Cuetzalan del Progreso?

PREGUNTAS ESPECÍFICAS:

¿Cuáles son los factores que intervienen en el proceso de formación de la opinión pública de los jóvenes nahuas de Cuetzalan?

¿Cuál es el papel de la recepción de la ficción televisiva en el proceso de formación de la opinión pública en los jóvenes nahuas de Cuetzalan?

¿Cuál es el papel de la identidad étnica en el proceso de formación de la opinión pública de los jóvenes nahuas de Cuetzalan?

1.3 Justificación

Se considera importante y pertinente el estudio de la relación entre el consumo de ficción televisiva y la formación de opinión pública en los jóvenes nahuas del municipio de Cuetzalan del Progreso debido a que, si bien, los estudios de recepción de las audiencias en México cobraron auge en la década de los 90´s, hasta ahora se ha abordado el análisis de la población mestiza, mientras que los estudios de recepción que aborden la perspectiva étnica originaria son escasos o prácticamente inexistentes, de hecho, los pueblos originarios son frecuentemente ignorados no

solo para la generación de conocimiento, sino para casi cualquier ámbito de desarrollo nacional.

Al ser México, el país de América Latina con más población indígena, es una obligación para la academia investigar los fenómenos que ocurren dentro de un grupo social mexicano tan vasto y nutrido culturalmente como el de los grupos originarios.

El presente estudio se centra en la televisión abierta por ser el medio de comunicación con mayor audiencia a nivel de Iberoamérica (Obitel, 2014), por el impacto audiovisual que generan sus contenidos, por su papel en la formación de creencias, actitudes y prejuicios, sobre todo en los jóvenes (Muñiz, 2013), y por ser uno de los medios de comunicación masiva más estudiados en las últimas décadas.

Además se retoma el género ficción por ser el género más transmitido y el segundo más visto en México (Orozco y Vassallo, 2014) y porque según Martín-Barbero (1987:243) no ha habido otro género que haya logrado cuajar tanto en América Latina como el melodrama, situación que permite constituir "un terreno precioso para estudiar la no contemporaneidad y los mestizajes de que estamos hechos".

Asimismo, la investigación se centra también en las personas jóvenes no solo porque se considera a la televisión un actor importante en la socialización y aprendizaje juvenil (Muñiz, 2013:8) sino porque es en este periodo en donde se configura la construcción cultural, porque se asume una identidad (juvenil, en primera instancia) y por ser el presente y el futuro de esas culturas. Además tomamos como punto de referencia la recepción del género de ficción televisiva por

ser el que tiene la prevalencia de exhibición en horario estelar (Orozco y Vassallo, 2014) y porque, según Orozco (2010:15) “va introduciendo formas y formatos creativos para contar la realidad a audiencias”, aunque cabe destacar que lo que cuenta la ficción mexicana no es precisamente lo más cercano a la realidad fuera de la pantalla chica.

Esta investigación propone ser novedosa en cuanto al objeto de estudio, la relación entre el consumo de ficción televisiva y la opinión pública en audiencias juveniles indígenas, y en particular en el grupo social observable, las audiencias jóvenes nahuas, que se enmarcan dentro del análisis de las audiencias o los estudios de recepción, que según Corominas “se han convertido en los últimos veinte años en uno de los sectores claves del desarrollo de las teorías de la comunicación” (Corominas, 2001). Corominas también nos indica que existen estudios culturales etnográficos de las audiencias, como los estudios del mexicano Guillermo Orozco, que proponen a la familia como el contexto de recepción por excelencia, sin embargo, en esta investigación se propone a la identidad étnica como el contexto de recepción principal para los jóvenes nahuas, (la identidad étnica también se presenta como escenario de recepción pero no como el principal, como se estará utilizando en la presente investigación).

La investigación se desarrolla en un campo científicamente nuevo: el análisis etnográfico de las audiencias originarias mexicanas y su relación con la formación de la opinión pública. Este objeto de estudio podría simplificarse en una sencilla pregunta ya antes formulada por Halloran: ¿Qué hacen las audiencias con los medios? (Halloran, 1970).

En esta investigación se utilizó la teoría de la mediación cultural propuesta por Martín-Barbero y aplicada a la recepción televisiva, y a la realidad mexicana, por Guillermo Orozco.

Estas teorías fueron contrastadas y complementadas con las teorías comunicacionales necesarias para hacer un análisis de la forma más completa y pertinente al proceso de recepción en el contexto etnográfico plural mexicano, sin embargo las teorías arriba listadas sirven de pilar fundamental para el desarrollo de la investigación. Si bien es cierto que los autores (el mexicano Guillermo Orozco y el colombiano Jesús Martín-Barbero) se apoyaron en teorías de la comunicación occidental para su formulación, se consideran aplicables y necesarias las teorías mencionadas debido a que las concibieron y aplicaron para el contexto latinoamericano de los pueblos mestizos.

El resultado de la investigación estará disponible para los investigadores que deseen seguir indagando sobre los procesos de recepción, y de comunicación, de los pueblos indígenas o cualquier etnia que presente características similares a éstos (caracterizados por su fuerte arraigo cultural y por desarrollar la cultura de la resistencia). Además servirá para los investigadores que estudien los procesos de la comunicación con enfoque de recepción etnográfico de las audiencias.

Blanch *et al.,* (en D´Adamo, 1988) ubican tres elementos que le dan forma a la opinión pública: sujeto, objeto y ámbito. En este estudio, el sujeto o grupo que opina son los jóvenes nahuas de Cuetzalan del Progreso. El objeto o tema sobre el que se opina es la relación entre la recepción de la ficción televisiva y la formación de la opinión pública y el ámbito es el indígena comunitario, que, como ya se ha mencionado anteriormente, es un tema socialmente invisible, es decir, usualmente

no forma parte de la(s) discusión(es) pública(s), o cuando forma parte de la discusión, es normalmente ignorado, entonces, ¿por qué estudiar un tema normalmente alejado del debate público en una maestría de opinión pública?

Este estudio es un esfuerzo por llevar la cuestión indígena al lugar que merece, a la luz pública, por lo pronto en el ramo académico-científico. En esta tesis se busca llevar a la cuestión indígena a un ámbito socialmente visible para así formar parte de la definición de opinión pública propuesta por Blanch (en D´Adamo, 1988).

1.4 Objetivo general y objetivos específicos:

- OBJETIVO GENERAL

Identificar la relación entre el consumo de ficción televisiva y la opinión pública en los jóvenes nahuas del municipio de Cuetzalan del Progreso.

- OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

Analizar los factores que intervienen en el proceso de formación de la opinión pública de los jóvenes nahuas de Cuetzalan.

Investigar el papel de la recepción de la ficción televisiva en el proceso de formación de la opinión pública en los jóvenes nahuas de Cuetzalan.

Explicar el papel de la identidad étnica en el proceso de formación de la opinión pública de los jóvenes nahuas de Cuetzalan.

1.5 Supuesto de partida/hipótesis

Esta investigación se originó en la inquietud del autor en descubrir cómo se forma la opinión pública en la población indígena del país, tomando como base la revisión del contexto étnico y social en el que se encuentran estos grupos, una revisión de la bibliografía con respecto a la cultura e identidad de la población originaria del país, las teorías de la formación de la opinión pública y del papel que tienen los medios de comunicación (con énfasis en la televisión) en la cultura de los grupos sociales, de los procesos de recepción de la ficción televisiva en México y América Latina y de datos imposibles de ignorar en una investigación como esta, como la discriminación que existente hacia los diferentes grupos étnicos en nuestro país.

El análisis de los datos mencionados dio como resultado que la mayoría de los grupos aborígenes de México se encuentran en una situación de alta marginación y que son abandonados en la toma de decisiones y en la aplicación de la política tanto nacional como local, que existen teorías que explican la lógica de la formación, y con esto de la privación, de la opinión pública, constituida por el diálogo entre participantes pero también alejada de los intereses de los que se quedan fuera del debate (D´Adamo, 2007), que los medios de comunicación, especialmente la televisión, intervienen en la formación de identidades juveniles en el ámbito rural (Avalos, 2010), que la recepción de la recepción televisiva es un proceso sociocultural, en el cual el receptor es activo, decodifica, resiste y negocia los mensajes del televisor(Orozco, 1993) y que los grupo étnicos aborígenes se encuentran entre los grupos que sufren mayor discriminación en México (CONAPRED, 2011).

Con esta información se mantiene el supuesto de que, a pesar del gran nivel de consumo del género ficción en los jóvenes mexicanos, una fuerte identidad étnica de los jóvenes nahuas interviene en el proceso de recepción de la ficción televisiva y su relación con la formación de la opinión pública, anteponiendo sus valores socioculturales a los mensajes de las telenovelas, dando como resultado una opinión pública más bien alejada del texto de dicho género.

1.6 Principales limitaciones.

Las principales limitaciones que se encuentran en la presente investigación son:

1) Se investiga la comunidad nahua del municipio de Cuetzalan del Progreso que representa el 11% de la población nahua de la Sierra Norte de Puebla, solo el 4% de la población indígena del Estado de Puebla y el 0.4% de la población indígena nacional.

2) Se centra en los jóvenes nahuas y dejamos de lado a la población no indígena del municipio.

3) No analiza los contenidos de la programación televisiva, solo se atiende la recepción de la misma.

CAPÍTULO II. MARCO CONTEXTUAL

En este capítulo se describe la situación actual del estudio de la opinión pública en México, además se hace una breve reseña de la opinión pública originaria que se refiere en esta investigación a la opinión de los pueblos indígenas, así como se desarrolla las generalidades de la población indígena en México y los antecedentes de los indígenas nahuas de Cuetzalan del Progreso. Los antecedentes de la televisión y el género ficción también se relatan en este capítulo. Por último se desarrolla el contexto de los jóvenes indígenas y la recepción televisiva en México.

2.1 El estudio de la opinión pública en México

Los estudios científicos sobre la opinión pública en México son incipientes aún, de hecho, el programa del cual la presente investigación es fruto, es el único programa inscrito en el Padrón Nacional de Posgrados de Calidad del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología, organismo descentralizado del gobierno federal; que está especialmente dirigido al estudio de la opinión pública, aunque dicho programa comparte, por no decir compite, un espacio académico con el estudio de la mercadotecnia política. Existen programas de posgrado relacionados con la comunicación y la política pero, en algunos casos, el estudio de la opinión pública ni siquiera forma parte del plan académico.

Esto puede deberse a que la relación entre la Ciencia Política y la Comunicación aparece alejada en las universidades de México, que solo a un nivel especializado se logra enmendar.[4]

Ya desde 1922, Walter Lippmann, apuntaba una crítica al respecto:

> La tradición está tan arraigada, que hasta hace poco la ciencia política se enseñaba en nuestras universidades como si los periódicos no existieran […] dicha ciencia no deja espacio a los análisis de prensa y de las fuentes populares de información. Es curioso. Para cualquiera que no esté inmerso en los intereses rutinarios de la ciencia política, no tiene explicación que ningún estudiante de políticas ni sociólogo estadounidense haya escrito nunca un libro sobre la recopilación de la información, […] pero este desdén que reflejan los profesionales contrasta con las opiniones públicas (p. 260-261).

Pareciera entonces que la opinión pública y la ciencia política no tienen relevancia o conexión. Se tiene que tomar en cuenta que Lippmann se refiere a Estados Unidos, ejemplo académico internacional, en México la situación actual no está muy alejada de la realidad estadounidense de los primeros años del siglo pasado.

[4]Los programas académicos de las licenciaturas en Ciencias Políticas y en Ciencias de la Comunicación de las universidades revisadas (UNAM, BUAP, UAM, Iberoamericana) ofrecen a lo mucho dos materias, algunas veces como optativas, que vinculen a la ciencia política con la comunicación o viceversa (a excepción de la licenciatura en Ciencia de la Comunicación de la UNAM que imparte alrededor de 6 materias relacionadas). Además, la UNAM es la única que tiene el acierto de impartir las dos licenciaturas en la misma facultad como parte de una misma área.

Que los estudios científicos de opinión pública sean incipientes también puede deberse también a que la aplicación de sondeos de opinión también son relativamente recientes en México. Ai Camp (1997), Molina y Pareja (2009), sostienen que las primeras encuestas de opinión pública aparecen en forma prominente en el escenario político de las elecciones presidenciales de 1988 pero fue hasta la campaña presidencial de 1994 cuando participaron en el proceso numerosas agencias encuestadoras y fuentes de medios de comunicación. Ai Camp señala que se hicieron encuestas en la década de los cincuenta pero fueron financiadas principalmente por el gobierno estadounidense.

Por su parte, Molina y Pareja (2009) afirman que la investigación de la comunicación, en el terreno de la opinión pública, actualmente recorre dos senderos maltrechos, el de la investigación de la comunicación con fines mercantilistas y la investigación académica pragmática urgida por demostrar resultados.

Además, dichas autoras concuerdan que el desarrollo de la investigación de la opinión pública en México ha sido lento, sujeto a los cambios políticos y en donde han incursionado técnicas de mercadeo y con una relación directa entre medios de comunicación y la opinión pública. Esta relación pasaría a ser parte del escenario mediático de la democracia que buscaría construir un clima de opinión favorable a fin de convencer a sectores no definidos políticamente.

La investigación de corte teórico académico de la comunicación inicia en la década de los 70´s, cuando surgen algunos trabajos que se centran en la comunicación y su relación con la vida política del país. En los años 90´s los estudios

científicos de la comunicación se incrementaron y se complementaron con enfoques psicologistas y culturales, en donde metodologías tanto cualitativas y cuantitativas y trabajos etnográficos, análisis del discurso y estudios comparativos acompañaron este proceso de expansión. Sin embargo, Molina y Pareja (op. cit.) afirman que tan solo el 2% de los investigadores nacionales dedican sus esfuerzos en el área de la comunicación y la política.

2.1.1 La opinión pública originaria

En cuanto al estudio de la opinión pública indígena cabe hacer mención de la investigación realizada por Ramírez (2009) sobre las necesidades de información de la comunidad tepehua en el Estado de Hidalgo, que a pesar de no tratarse de una investigación de opinión pública, hace apuntes de utilidad para este estudio. Ramírez refiere que los indígenas desarrollan su opinión en dos tenores, dentro de su cultura indígena y dentro de su cultura nacional.

Según Ramírez la opinión de los niños indígenas se desarrolla dentro de la conversación familiar, mientras que la del joven se amplía con la convivencia comunitaria y la escuela. El adulto divide su opinión en dos vertientes, la indígena y la mestiza, la primera para mantener vivo su idioma y la segunda para integrar la experiencia intercultural para mejorar su calidad de vida y la de su familia, sobre todo si ha tenido que migrar de su lugar de origen.

Por otra parte, encontró que dentro de los grupos indígenas, los jóvenes son los que se preocupan por conocer más sobre su origen y raíces al presentar una

mayor necesidad informativa sobre sus costumbres y tradiciones. Además afirma que el medio para difundir y tomar decisiones es el ámbito comunitario, como la asamblea o reunión comunitaria.

Sin embargo, es otro trabajo mucho más viejo el que detalla la opinión pública originaria mexicana. Se trata, sin duda, del primer estudio de opinión del continente. Las *Relaciones geográficas* fueron cuestionarios elaborados por los españoles conquistadores para ser respondidos por los representantes de los pueblos indios (los más viejos y conocedores de sus tradiciones) con el fin de conocer su situación presente y pasada. Esta encuesta con alrededor de 135 preguntas se aplicó a más de 400 pueblos aborígenes a lo largo de todo el territorio americano entre los años 1579 y 1582 (Florescano, 1987, Gruzinski, 1992).

Florescano (op. cit) advierte que estas encuestas no deben pensarse como una expresión genuina de los indígenas, debido a factores en las que se desarrolló el trabajo, como la condición conquistador-dominado, la forma de contestarla (escrita y en español), la concepción que los indígenas tenían del tiempo era diferente a la de los europeos, lo que redundaba en fechas erróneas y datos imprecisos, además de que muchas de respuestas estaban condicionadas por los intereses del conquistador.

Sin embargo, algunas respuestas dan muestra del sentir americano de ese período. Los indígenas confesaron que, a pesar de las prohibiciones y castigos por parte de los frailes evangelizadores, seguían celebrando sus fiestas de acuerdo al tiempo establecido por el antiguo calendario.

Además uno de los acontecimientos más mencionados por los indios fueron las epidemias que mermaron la población aborigen al punto de acabar con ellos. Dentro de las causas argumentadas a tan grave mal están la llegada de los españoles, una falsa idolatría, pecados anteriores, a la falta de trabajo y disciplina, entre otras (Gruzisnki, 1992).

Las *Relaciones geográficas* constituyen el primer registro escrito que más se aproxima a la memoria y opinión de los nativos americanos relatada por ellos mismos.

Quizás la última (y breve) aparición de lo indio en la opinión pública mexicana (hasta antes de diciembre de 1994) fue la propuesta que hicieran los intelectuales Carlos María Bustamante y fray Servando Teresa de Mier, quienes imaginaron la independencia como restauración del imperio azteca (Rojas, 2003).

Debe remarcarse que el debate nacional propuesto por fray Servando Teresa de Mier no se dio en territorio americano, pues los diputados de América llevaban el sentir de la colonia a la sede del imperio español, Cádiz. De modo que no era en el reino de la Nueva España donde esa opinión pública se articulaba sino en los periódicos de Cádiz, Sevilla o Madrid (op. cit).

Teresa de Mier incluso valoró la posibilidad de ofrecer el trono de México a algún descendiente directo de una de las treinta familias reales del imperio mexica. Otro proyecto similar fue el de Guadalupe Victoria en favor de que el trono del imperio lo ocupara un oficial criollo –siempre y cuando estuviera casada con una india noble.

Tras la desaparición de estas propuestas, no solo desapareció la oportunidad de construir el estado-nación mexicano sobre la tradición milenaria indígena, sino que la opinión pública se vino contra ésta. Los liberales, conservadores y moderados de la incipiente nación coincidieron en señalar a los indios como un obstáculo para la construcción de un nuevo Estado y contra ellos arremetieron. En la prensa, libros, discursos y hasta en pintura, se difundió "una imagen degradada y salvaje de los indígenas que se generalizó en el siglo y se adentró en las partes más profundas de la conciencia nacional" (Florescano, 1999:281).

La desvalorización de la historia y memoria indígena fue consecuencia de esta campaña que solo hasta finales del siglo XX es que se empieza a descubrir su complejidad y a reconocer la fuerza de su mensaje a sus descendientes más distantes (Florescano, op.cit).

2.2 Generalidades de la población indígena en México

La población indígena se encuentra a largo de todo el territorio del país, en casi todos los municipios y en todas las entidades federativas. La Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas señala que existen 62 grupos etnolingüísticos identificados (CDI-PNUD, 2006), aunque estos grupos pueden incrementarse a 82 si se toman en cuenta las variantes regionales, pues algunos estudiosos afirman que las formas dialectales de algunas lenguas son en realidad idiomas diferentes (Bonfil, 1987), dentro de los cuales el náhuatl es el idioma con

más hablantes en todo el territorio nacional. El maya, el mixteco y el zapoteco le siguen en cantidad de hablantes en el país (Sandoval, 2002).

Cabe destacar que dentro de las lenguas originarias, existen por un lado un grupo de lenguas que crece en número de hablantes, mientras que otras van poco a poco extinguiéndose.

Ordorica et al. (2009) sugieren que la disminución y expansión de las lenguas, no debe asociarse con la cantidad de hablantes de éstas, sino a diversos aspectos que caracterizan la situación de los grupos étnicos, como la interacción con la población no indígena, discriminación racial y estereotipo a los que hablan lenguas aborígenes, la migración y factores económicos.

De hecho, según el mismo autor, de los diez pueblos indígenas con mayor población, seis de ellos se encuentran en situación de extinción (op.cit).

En términos demográficos los pueblos originarios corresponden a casi el 10 por ciento de la población total en México. En cuatro entidades federativas alcanzan el millón de habitantes (Veracruz, Puebla, México, Yucatán), y en dos, superan el millón y medio (Oaxaca y Chiapas). En algunas representan una cantidad importante con respecto a su población, como es el caso de estados como Yucatán y Oaxaca, donde alcanzan el 50% de su población total, mientras que en Chiapas, Quintana Roo, Campeche, Hidalgo, Guerrero y Puebla, su presencia va desde el 30 al 20% del total de la población (CONAPO, 2011)

Dichas entidades federativas no solo destacan por su población indígena, también lo hacen por el elevado grado de marginación que presentan, entendida

ésta, según el CONAPO (2011), como el fenómeno estructural múltiple que valora dimensiones, formas e intensidades de exclusión en el proceso de desarrollo y disfrute de sus beneficios.

La relación pueblos indígenas-marginación es una constante que acompaña a todos los pueblos autóctonos del país, sin importar las condiciones geográficas en las que se encuentren, pues las poblaciones indígenas marginadas van desde los desiertos de Sonora y de Baja California y las frías montañas de Chihuahua, hasta las áridas sierras del Bajío y de Oaxaca, los bosques tropicales de la Huasteca y de Chiapas, las sabanas de Yucatán y las lluviosas serranías de Puebla y de Veracruz. Es necesario señalar que de los 441 municipios con grado de marginación muy alto al año 2010, la mitad son municipios indígenas.

Asimismo, según el Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública (2011) la población indígena tiene mayor analfabetismo, menos logros educativos, menor acceso a trabajos formales y menor acceso a prestaciones derivadas del empleo que la población mestiza.

Un rasgo que caracteriza a las poblaciones originarias en que tienen identidades étnicas y culturales muy fuertes. A decir de Navarrete (2004) la identidad étnica es:

> La idea que tienen los miembros de una comunidad de formar una colectividad claramente distinta a las otras con las que conviven y que, por lo tanto, cuenta con sus propias formas de vida, sus propias leyes y formas de justicia, sus propias autoridades políticas y su propio territorio (p.19)

Esta identificación es individual y a la vez colectiva y se encuentra, como en todos los grupos sociales, en un proceso constante de transformación.

En los últimos años han surgido numerosas organizaciones indígenas que buscan participar política y económicamente en sus regiones y en el país, también ha habido un renacimiento de la literatura y arte indígena además de destacados intelectuales indígenas que escriben sobre sus pueblos cuya voz traspasa las fronteras del país (Navarrete, op.cit).

2.2.1 Antecedentes de los indígenas nahuas de Cuetzalan del Progreso

El nombre de la población está formado por las raíces náhuatl "quetzalli": Cosa brillante, hermosa; "lan": junto, cerca, que significa: "Junto a las aves preciosas llamadas quetzal". Ramírez et. al. (1992) sostiene que en Cuetzalan no existen datos exactos de que existiera un pueblo totonaco a la llegada de lo “chichimecas” o sí estos se establecieron en un sitio que había sido abandonado con anterioridad. En los documentos del siglo XVI Cuetzalan aparece con el nombre de Quetzalcóatl.

El municipio de Cuetzalan del Progreso, se encuentra ubicado en la Sierra Nororiental del Estado de Puebla, México. Limita al norte con Jonotla y Tenampulco; al este, con Ayotoxco de Guerrero y Tlatlauquitepec; al sur, con Zacapoaxtla y al oeste, con Zoquiapan. Con un clima semicálido subhúmedo con lluvias todo el año. Tiene una superficie de 135.22 kilómetros cuadrados y sus coordenadas geográficas son los paralelos 19º 57'00" y 20º 05'18" de latitud norte y los meridianos 97º 24'36" y 97º 34'54" de longitud occidental.

Según el Censo poblacional del INEGI del 2010 Cuetzalan cuenta con una población mayoritariamente indígena (81% de un total 47,433 habitantes). Su actividad principal es la producción de café y el turismo. La cabecera municipal tiene una población aproximada de 4,947 habitantes. Cuenta con 162 localidades; dentro de las cuales Reyesogpan de Hidalgo, San Andrés Tzicuilan, San Miguel Tzinacapan, Xiloxochico de Rafael Ávila Camacho son las que destacan por su número de habitantes.

Las lenguas habladas son el español y el náhuatl. Un total de 25,711 personas son bilingües, mientras que 4,864 personas no hablan español. La población económicamente activa es del 78% y existen alrededor de 32 mil derechohabientes. La población con 15 años o más con instrucción primaria es de 6,841 y con instrucción secundaria es de 5177 personas.

La población infantil de Cuetzalan representa el 34% del total de su población, mientras que la juvenil (de 15 a 24 años) al 19%, la adulta al 39.5% y los adultos mayores al .7%.

En Cuetzalan hay un total de 10,656 viviendas habitadas donde la mayoría (80%) cuenta con los servicios básicos como luz, agua y drenaje. Asimismo un 60% de los hogares cuenta con televisión, pero solo el 6.3% cuenta con computadora.

A pesar de que ha recibido numerosas influencias e imposiciones culturales a lo largo de su historia, Cuetzalan tiene un fuerte arraigo por su identidad étnica y cultural. Sus tradiciones y prácticas culturales como el vestido, alimentos, lengua,

fiestas, rituales y hasta formas de organización datan de los años 600 d. C. y son vigentes hasta ahora.

Ramírez et al. (1992) apunta que esto pudo deberse a que Cuetzalan se mantuvo en relativo aislamiento debido que su territorio era de poco interés para los conquistadores ya que está asentada en un terreno difícil para la agricultura, para la ganadería y carente de minas.

2.3 Antecedentes de la televisión y de la ficción televisiva en México

Como se ha mencionado antes, la televisión abierta en México y en Iberoamérica es el medio que con mayor audiencia e importancia en términos de repercusión en el panorama de la comunicación. (Orozco y Vasallo, 2013).

Según la Encuesta Nacional de Hábitos, Prácticas y Consumo Culturales (2010) de la CONACULTA en México el 90% de las personas ven la televisión, lo cuales 19% lo ve alrededor de una hora, el 35% entre una y dos horas y el 40% más de 2 horas.

En lo que respecta a la señal abierta, en México existen tres cadenas privadas y dos cadenas públicas. Las cadenas privadas son: Televisa (canales 2, 5 y 9), Tv Azteca (canales 7 y 13) y Cadena Tres (canal 28). Mientras que las cadenas públicas son: OnceTV (canal 11) y Conaculta (Canal 22).

El canal más visto es el canal 2 de Televisa, al cual le sigue el canal 5 de la misma cadena privada. Mientras que los canales 7 y 13 de Tv Azteca se mantienen cercanos a los primeros, los canales públicos y el canal privado de Cadena Tres tienen una muy escasa audiencia en el país.

Los programas de noticieros y de telenovelas son los más vistos así como los más transmitidos en el país, sin embargo el género televisivo que se presenta en horario estelar (de 19 a 22 horas) es el de la ficción con programas de telenovelas y series (Orozco y Vassallo, 2014).

El escenario comunicacional mexicano está siendo marcado por la reforma en la ley de telecomunicaciones, que para los promotores de dicha reforma regula las prácticas monopólicas en el sector, al promover una competencia más igualitaria para quienes deseen participar en ofrecer los servicios de telecomunicación. Sin embargo, según Orozco y Vassallo (2014) para otros representa una simulación que abre las puertas a los mismos empresarios a la convergencia digital ya que la reforma eliminó la creación de medios sociales y públicos.

Aunque se ha llegado a pensar que la televisión se ha visto desplazada por las nuevas tecnologías de la información, como la computadora y el internet, lo cierto es que el consumo televisivo, en general, aumentó casi en todos los países iberoamericanos (Orozco y Vasallo, 2010) y a decir de Orozco (2012:46) en México se tiene televisión "para rato".

2.3.1 Antecedentes del género ficción en México

Para Barroso (2002) el género ficción

> Comprende todos aquellos programas de narrativa, originales o adaptados, que implican la intervención de actores representando una situación determinada, con independencia de que dispongan de un guión con los diálogos escritos o la intervención tenga carácter improvisado (p. 247).

Mientras que la telenovela es un formato de ficción estructurado en una historia basada en un texto literario que se presenta en un número dilatado de entregas o capítulos (Barroso, op.cit.).

Huerta (2004) señala algunas de las cualidades del género ficción en México, dentro de las cuales se encuentra que es el segundo género con mayor audiencia en este país, superado solo por el género noticioso, así como también es el género que más oferta tiene en el horario televisivo.

Además, la telenovela es un producto cultural que Latinoamérica ha logrado exportar a Europa y a Estados Unidos (Martín-Barbero, 1987), este mismo autor señala que en la televisión la visión que predomina es la que produce la sensación de inmediatez, que es uno de los rasgos que hacen la forma de lo cotidiano. Para Martín-Barbero (1987) no hay otro programa como el melodrama que haya logrado cuajar tanto en la región latinoamericana.

Por su parte, Orozco y Vassallo (2010:14) señalaron que la ficción televisiva "aparece como el género más efervescente de la pantalla, donde se realiza la mayor experimentación mercadotécnica y la innovación narrativa en la producción y transmisión programática actual". Para Pareja (2013:218) "la telenovela es un formato susceptible de lectura política en tanto es una visión del mundo cuyo contenido corre entre los ejes de la ficción y la realidad, descontextualizándola".

La ficción narrativa constituye el género estrella de las programaciones de la televisión ya que convocan grandes audiencias que motivan a los programadores a situarlos en horario estelar (Barroso, 2002).

En lo que respecta al panorama de ficción televisiva en México, es el país iberoamericano con más horas de ficción producidas en el 2013[5], pasando de 28 a 34 títulos respecto al año anterior (entre telenovelas, series, miniseries, docudramas, comedias). Así como es el país que más capítulos nacionales presentó al público. Como ya se ha mencionado antes, el género de ficción es el segundo más transmitido después del género de información, sin embargo, es el de mayor audiencia en México.

El perfil de la audiencia en México son los adultos de escasos recursos indistintamente si son hombres o mujeres. Las personas con mayor solvencia económica, los niños y los jóvenes son los que menos reportan ver telenovelas.

[5]Los datos presentados en este apartado correspondientes al género ficción en México son tomados del anuario 2014 de Obitel, que recoge de manera sucinta y práctica información de los países iberoamericanos acerca de dicho género. Para más datos puntuales y actualizados del género ficción, leer Orozco, G., Vasallo, M. (2014) *Estrategias de producción transmedia en la ficción televisiva: anuario Obitel 2014*. Sulina: Porto Alegre.

Asimismo la cifra de jóvenes que ven telenovelas ha ido disminuyendo. A pesar de que las telenovelas más vistas son las de Televisa, los rangos de *raiting* han bajado en el 2013 (Orozco y Vassallo, 2014).

Los canales privados son los que más programas de ficción produjeron en 2013 (33 títulos) frente a solo uno producido por los canales públicos. Los temas más retomados por las telenovelas son amor, venganza, conflictos y unión familiar, pobreza, inseguridad y en algunos títulos se asoman cuestiones de conciencia ecológica y de desigualdad social. El presente es la época preferida para la ficción en este año.

Por otra parte la televisión regional presentó un fenómeno inédito en la televisión mexicana. *Baktun*, la primera telenovela indígena maya, es un intento por rescatar el idioma, la memoria y la identidad indígena de los mayas (Orozco y Vassallo, 2014).

2.4 Contexto de los jóvenes indígenas y la ficción televisiva en México

Ya se ha presentado el panorama de la ficción en la televisión mexicana, en este apartado se procede a describir la relación entre el género ficción y los jóvenes indígenas en México, sobre todo en lo que respecta a su identidad étnica.

Orozco y Vassallo (2010) señalan que los modelos clásicos de telenovela en América Latina hay negros, mulatos, indígenas y distintos tipos de mestizaje y que,

la personificación indígena en papeles de ficción en América Latina siempre ha sido en papeles de subordinación.

Marañón (2013) encontró que los indígenas son mostrados en las telenovelas y en programas de entretenimiento como campesinos, curanderos, empleados domésticos, es decir, oficios sin una formación académica, y en ningún caso como doctores, ingenieros, esto es, personajes respetados en la sociedad por su preparación profesional y académica.

Doncel (2013) reconoce una ambivalencia presente en la televisión mexicana, mientras que en las telenovelas y películas mexicanas suelen ser percibidos como ocupados en oficios de baja calificación, ignorantes, analfabetos, incapaces de expresarse, pobres, objeto de burla, sucios, descuidados y morenos; en los promocionales gubernamentales son vistos como poseedores de cultura, tradición y lenguas propias, trabajadores y fieles a sí mismos.

Muñiz (2013) afirma que en muchos casos el ideario sobre los indígenas no está apoyado por la experiencia personal, sino mediado por la información recibida por terceros, como los medios de comunicación. Dicho autor señala que el consumo concreto de programas de entretenimiento y ficción emitidos en la televisión mexicana en jóvenes de la ciudad aumenta el grado de prejuicio hacia los indígenas, que aunque el grado de prejuicio es bajo, afirma que hay otros trabajos en donde se han encontrado mayores niveles de prejuicio con medias de edad superiores o con menores niveles de educación.

Recientemente se han realizado investigaciones que analizan las culturas originarias y su relación con los medios de comunicación, la radio y la televisión son los principales medios analizados, sobre todo en lo que respecta a la conformación de la identidad en los jóvenes indios. Cabe destacar que las investigaciones presentadas anteriormente fueron realizadas en mestizos y no en indígenas como las que se describen a continuación.

Avalos (2010), precisó que el principal tipo de programas que preferían los jóvenes de la región de la Sierra Norte de Puebla son las telenovelas, llegó a la conclusión de que elementos simbólicos como la música y el consumo de ciertos programas televisivos, tienen gran importancia en la creación de diferentes estilos juveniles en los jóvenes indígenas, mientras que la familia y la escuela han servido como espacios de reconstrucción de identidades juveniles.

Asimismo, Feixa y González (2006) destacan la influencia de la televisión en la dinámica de la construcción de la identidad juvenil en las zonas rurales indígenas de México.

Por otra parte, Gastelum (2013) reporta que, según indígenas nahuas de Cuetzalan, dentro de los males que afectan a sus comunidades están la migración y la televisión. Además señala que a pesar de que los jóvenes indígenas tienen una fuerte identidad étnica, los medios de comunicación y la mercadotecnia han provocado la pérdida de identidad dentro de los jóvenes nahuas.

En otras latitudes, Aguaded y Cotín (2004) apuntan que los patrones culturales de los indígenas argentinos se alejan de lo que muestra la televisión y

que a pesar que existe un gran nivel de consumo televisivo, los indígenas no se sienten culturalmente identificados a lo reflejado en la pantalla chica.

Una vez construido el marco teórico y contextual se tuvieron las herramientas necesarias para la implementación de un marco metodológico que permitió conocer la relación entre la recepción de la ficción televisiva y la formación de la opinión pública de los jóvenes nahuas de Cuetzalan.

CAPÍTULO III. MARCO TEÓRICO. LA RECEPCIÓN TELEVISIVA EN LA FORMACIÓN DE LA OPINIÓN PÚBLICA

En este capítulo se busca contribuir a la construcción de un marco teórico conceptual que establezca la relación entre el proceso de recepción televisiva y formación de la opinión pública.

A diferencia de algunas investigaciones de la opinión pública en donde solo se investiga lo que dicen los medios sin importar qué es lo que se entiende de ellos, esta investigación enlaza los estudios de recepción con el análisis de la opinión pública, en donde, por características propias de la investigación y no por insustancial, se deja a un lado el análisis del contenido de los medios, para concentrar esfuerzos en la recepción y producción de significados de aquella opinión pública que, en algunas ocasiones, solo se preocupa por lo que dicen los medios de comunicación de masas y no por lo que las audiencias entienden y producen, paso clave para el proceso de una verdadera comunicación

En primer lugar se desarrolla el concepto de opinión pública, su origen, su definición y las principales teorías de la opinión pública que se relacionen con la recepción de las audiencias. En segundo término se desarrolla el concepto de recepción televisiva, la investigación de las audiencias y se explicarán algunas de las teorías de las audiencias.

Una vez definidos ambos conceptos se termina este capítulo estableciendo la relación entre ambos. Establecer la relación entre la recepción televisiva en la opinión pública es de vital importancia en esta investigación pues servirá como base teórica para identificar si existe relación entre el consumo de ficción televisiva y la opinión pública los jóvenes nahuas del municipio de Cuetzalan del Progreso y cómo se da esta relación. Además puede servir para futuros trabajos académicos sobre opinión pública que retomen la relación con la recepción.

3.1 La opinión pública

Seguramente el lector ya habrá escuchado las palabras opinión y pública seguidas la una de la otra decenas de veces en cualquier ámbito, ya sea en los medios de comunicación, en la academia, en el trabajo o en cualquier reunión en la que se quiera nombrar a la forma en que piensa la mayoría, o a lo que se cree que piensa la mayoría, pues es diferente saber realmente lo que piensa la mayoría, a creer saber lo que los demás piensan, quizá no sepa uno mismo que piensa sobre algo y se aventura a expresar una estimación de lo que piensan los demás, se ha tomado incluso como opinión pública la forma en la que una sola persona piensa cuando tiene los reflectores y las cámaras de frente.

Pero sobre qué piensan los demás, por qué piensan así, cómo es que la gente lo expresa, cómo se retroalimenta para sacar nuevas conclusiones, será útil medir los juicios, cómo decidir la medición de éstas manifestaciones, para qué

medirlas, éstas son las interrogantes que trata de responder la opinión pública. La cuestión de estimar el juicio de la mayoría respecto a algún tema en específico o su juicio sobre todas las cosas, la opinión de un sector o del conjunto de la población se relacionan también con la opinión pública.

En el plano científico, Noelle-Neumann (2010) afirma que los seres humanos tienen una habilidad innata cuasiestadística para medir las opiniones de los demás, esta habilidad hace que las personas puedan emitir aproximaciones acerca de las opiniones de los demás dependiendo el clima de opinión más favorable hacia una en particular haciéndola pasar más por las circunstancias que por la objetividad de la razón, otros la responsabilizan de mantener el *status quo* que la élite política, y cultural como veremos más adelante, impone sobre los otros, otros niegan la opinión pública como unidad y la diversifican según al grupo al que pertenece o al que la expresa o al que la mide y analiza[6].

En esta investigación se mantiene la postura de que existe la opinión pública así como las opiniones públicas, sin embargo, existe también, lo que en esta investigación se le denomina "opinión pública negada", la opinión "popular no-representada" (Martín-Barbero, 1987: 28) en términos *martin-barberianos*, es decir la opinión socialmente aceptada pero no interpelada, aquella que está pero se le ha negado a la civilización mesoamericana.

[6] Para saber más sobre las opiniones públicas, leer Bourdieu, P. (1972) *La opinión pública no existe*. Conferencia impartida en Noroit (Arras) en enero de 1972 y publicada en *Les tempsmodernes*, no. 318, enero de 1973, pp. 1292-1309.

Entonces qué es o qué son las opiniones públicas, de dónde surge o surgen, quienes la han estudiado científicamente, cuáles son las teorías de la opinión pública, por qué se sostiene que se le ha negado a los pueblos originarios, qué teorías explican la negación de la opinión pública y cuál teoría nos sirve de aproximación a la ficción como categoría de estudio de la opinión pública, estas interrogantes se intentarán resolver en las siguientes páginas.

3.1.1 Orígenes del concepto

Cabe señalar que en este apartado se hace una breve revisión de los orígenes del concepto, pues es una discusión que no se agota. La idea de la opinión pública, como las consideraciones de una mayoría, se encuentra registrado en la literatura griega donde en *La República,* Platón (2003) ubica a la opinión en un punto intermedio entre la ciencia y la ignorancia. Tiempo después Maquiavelo aconsejó al Rey a ganarse la simpatía del vulgo, además de ellos, Locke, Montaigne, Hume, Madison, Alexis de Tocqueville y Kant son algunos autores que también utilizaron una de las dos palabras (opinión o público) para abundar sobre la idea del juicio de la mayoría[7].

El análisis del concepto opinión pública en Rousseau lo encontramos en Béjar (1982) quien describe las dos épocas de las que Rousseau divide la historia

[7]En esta tesis se hace una aproximación a algunos de los planteamientos más importantes sobre la opinión pública. No es, ni intenta ser, un rastreo exhaustivo de las definiciones de la opinión pública por lo variado del concepto. Para leer más sobre autores de la opinión pública, leer el libro de Noelle-Neumann, E. (2010) *La Espiral del Silencio,* que, aunque dirige las definiciones a su propuesta teórica, da cuenta de una profunda y variada revisión de la literatura al respecto.

del hombre, y junto con él, las dos épocas en la historia de la opinión pública. En la primera, el Estado natural, el hombre se guiaba por la costumbre y la opinión pública era el resultado de la interacción con los demás y era auténtica por ser primitiva. En esta época, continúa Béjar, la opinión era realmente opinión pública debido a que era el resultado del contacto con los demás.

La segunda época, el Estado social, donde surgen las formas de organización, el hombre se separa de su espacio-entorno y el progreso económico inventa necesidades ficticias, ahora la opinión pública ya no es el colectivo reunido, sino individuos que juzgan en función del poder (principalmente en la propiedad) que tienen. Y desde los tiempos de Rousseau se hace presente en la teoría de la opinión pública el análisis marxista de la comunicación (Béjar, 1982):

> La opinión primitivamente pública de la comunidad se transforma en opinión privada de los poderosos que hacen valer sus criterios al conjunto de la sociedad. Hay, en este sentido, una permanente «traición» a la colectividad, que se siente enajenada de su voluntad y juicio por la imposición de unos criterios que, no siendo los suyos, pretende representarla en lo más espontáneo de su existencia (p.75).

Para Rousseau, según Béjar (1982), la cultura sustituyó a la naturaleza del hombre y propone en el *Contrato Social*, renaturalizarlo a través de la misma. Y la forma en que verdaderamente la cultura, que para Rousseau es vista como un artificio político, ha de sustituir la naturaleza es que la opinión pública sea auténticamente democrática y colectiva (ser la voz del pueblo en el ejercicio de su comunicación). Se destaca en esta investigación al filósofo Rousseau por ser uno

de los primeros en despojar de la opinión pública el carácter de ingenuo al convertirla en un medio de control en manos del Estado.

Marx siguió un concepto similar al de Rousseau dándole la connotación dialéctico-materialista al escribir la frase: “Las ideas de la clase dominante son las ideas dominantes en cada época” (Marx, K. Engels, F., 1974:50), asimismo, no solo teorizó sobre la forma de producción material sino también sobre la forma de producción espiritual (que en estos días se entendería como cultural), al escribir un párrafo lo siguiente:

> La clase que tiene a su disposición los medios para la producción material dispone de ello, al mismo tiempo, de los medios para la producción espiritual, lo que hace que se le sometan, al propio tiempo, por término medio, las ideas de quienes carecen de los medios necesarios para producir espiritualmente (p. 51).

Si Marx afirmaba tal cosa cuando solo la prensa existía como medio masivo de comunicación y el analfabetismo estaba latente entre la población europea, ¿qué diría hoy día con la televisión y la radio?, además, el “por término medio” del párrafo citado, deja entrever una suerte de esperanza a la resistencia de los sometidos contra los productos espirituales de la clase dominante, esperanza que retomará la academia con los estudios culturales un siglo después del escrito de Marx.

Ya entrado el siglo XX, el periodista Walter Lippmann (2003), con su libro *La opinión pública*, despertó el interés en los académicos por estudiar la opinión pública y dio pie a múltiples investigaciones en ese terreno que hasta la fecha se siguen

realizando. Sobre Lippmann, Noelle-Neumann (2010:190) escribe “no he encontrado en todo el libro de Lippmann ni una idea sobre el funcionamiento de la comunicación que no haya sido verificada una y otra vez por esmerados trabajos de laboratorio y de campo”.

Lippmann critica a la teoría política de su tiempo que desestima el papel de la comunicación en los procesos políticos, “hasta hace poco la ciencia política se enseñaba en nuestras universidades como si los periódicos no existieran” afirma el periodista (2003:260).

Lippmann reveló que lo que se piensa de la realidad va a depender de quien la explica, ésta aseveración servirá de base para ayudar a comprender la relación entre la opinión pública y la ficción que se analizará más adelante en esta investigación. Lippmann (op. cit.) diferenció entre la opinión pública y la Opinión Pública (con mayúsculas):

> Las imágenes que hay en la cabeza de estos seres humanos, las imágenes de ellos mismos, de los demás, de sus necesidades, intenciones y relaciones, son sus opiniones públicas. Las imágenes con arreglo a las que actúan grupos de personas, o individuos que actúan en nombre de grupos, son la Opinión Pública con mayúsculas (p. 42).

Además reflexionó sobre la manera de actuar de los principales medios de comunicación en el contexto de la Primera Guerra Mundial advirtiendo la manera muy fácil de desviar los hechos de la realidad a través de los medios de comunicación. De hecho, podría resultar irrisorio la forma en que Lippmann,

relaciona el mundo real con el mundo de la ficción, pues critica la forma en que los medios crean un ´pseudoentorno´ en el que están inmersos los ciudadanos cuando reciben información de una fuente externa, ésta entonces, va a influenciar su comportamientos cuyas consecuencias, sin embargo, no se desarrollan en aquel pseudoentorno, “sino en el entorno real en el que transcurre la acción” (Lippmann, 2003:33). Es decir, la información recibida de una fuente terciaria con la que el individuo se crea una imagen del exterior al que no se tiene acceso directamente y que no siempre es la real, influye en las acciones que toma en el entorno y sus consecuencias impactan en la realidad conocida directamente por dicho individuo. Ésta postura es sumamente importante para la presente investigación, pues ayuda a entender al lector la conexión entre las opiniones que el público se forma a través de terceros y las acciones que afectan el entorno próximo en el que se encuentran.

Más adelante en su libro Lippmann condiciona la opinión de cada uno de los individuos a los estereotipos construidos por fuentes externas: “Nuestras opiniones son la reconstrucción de lo que otros han narrado y nosotros nos hemos imaginado” (2003: 81).

Es de relevancia que para Lippmann pueda equipararse el término opinión pública con voluntad nacional, mentalidad de grupo o propósito social. Además confiere a la ciencia política la función de la organización de la opinión pública: “una ciencia política que adoptase el papel de informador en una fase previa a la toma de decisiones, en vez de defender, criticar o informar acerca de decisiones ya tomadas” (2003:43).

Lippmann dedica gran parte de su libro para revelar el papel que juegan los estereotipos en la mente de las personas y su importancia para comprender el mundo y la realidad. Sobre este asunto se escribirá más adelante. Señalado el origen del concepto que dio lugar a las investigaciones sobre la opinión pública, lo que prosigue es definirlo.

3.1.2 ¿Qué es la opinión pública?

El lector está ante la investigación de la génesis de una de las cosas que decide el destino de naciones enteras, algo tan grande que muchas veces no se sabe su tamaño, su fuerza, ni sus alcances, tan grande que en algunas ocasiones ni siquiera los que la estudian descubren el poder que tiene.

La opinión pública no es un concepto común, por algo Noam Chomsky (2003) retoma la distinción que el periodista del New York Times, Patrick Tyler hizo de la opinión pública mundial: una superpotencia[8]. Chomsky recogería e impulsaría esta distinción de la opinión pública para su debate en los ámbitos sociales, políticos y académicos internacionales. Cabe entonces hacer el esfuerzo por tratar de definir semejante concepto.

Para estudiar más completamente la opinión pública se debe tener en cuenta un análisis multidisciplinario que relacione conceptos que van desde la Ciencia Política y la Comunicación, hasta la Economía, la Historia e incluso la Geopolítica.

[8] Tyler, P. (2003) *Threats and responses: news analysis; A New Power In the Streets. The New York Times.* Publicado el 17 de febrero de 2003, http://www.nytimes.com/2003/02/17/world/threats-and-responses-news-analysis-a-new-power-in-the-streets.html, revisado el 3 de julio de 2014.

En este tenor se presenta a continuación algunas definiciones de la opinión pública que son tan diversas como lo son las ciencias de que la integran.

Para definir opinión pública se utilizará en primera instancia, la desagregación, método que McCombs (2011) sigue para explicar qué es opinión pública, es decir, definiendo primero sus componentes: opinión y público.

Mientras que Platón había definido a la opinión como el punto medio entre el conocimiento y la ignorancia, para Noelle-Neumann (2010), siguiendo la tesis de la espiral del silencio, la opinión es la "expresión de algo aceptable". Habermas (1981:129) al detallar la historia de la palabra "opinión" refiere a las costumbres, usos, las ideas corrientes y las convenciones extendidas que en francés reciben el nombre de *opinions*. Para Sartori (1998) una opinión se denomina pública cuando implica la cosa pública, es decir, los intereses generales, los problemas colectivos o las cosas comunes.

McCombs no define estrictamente la opinión, dice que ésta existe tanto en el nivel individual como a nivel social y que es influida por un conjunto de fuerzas sociales que son más grandes que el individuo. Además de poder ser acerca de un tema en específico o como la voluntad general de la nación. El público, para McCombs, es un grupo bien definido que participa activamente en el discurso sobre el tema que más lo afecta en búsqueda de consenso.

Basado en estas definiciones, McCombs (2011:2) define a la opinión pública como "el consenso colectivo sobre asuntos cívicos y políticos alcanzados por grupos dentro de largas comunidades". A su vez, Rousseau define a la opinión

pública como el juicio de la masa sobre asuntos generales (Béjar, 1982:81); para D´Adamo (2007:21) es la expresión de cualquier colectivo que tenga la capacidad de manifestarse acerca de un objeto de origen público o privado pero de exposición pública, en un ámbito socialmente visible. Noelle-Neumann, postulando la teoría de la espiral del silencio, define a la opinión pública como opiniones sobre temas controvertidos que pueden expresarse en público sin aislarse.

Ya antes de la tajante afirmación de Marx y Engels (1974:50) de “las ideas de la clase dominante son las ideas dominantes en cada época” la opinión pública se ha asociado al poder de unos sobre otros y se ha mostrado alejada de sondeos y búsqueda del bien común.

Está por demás argumentar que cualquiera que haya leído un texto reciente y serio sobre medios de comunicación encontrará que la función de los medios se ha alejado de su máximo ideal de velar por el interés general y que ahora los dueños de los medios de comunicación más bien actúan sobre sus intereses, además de tratar a la información como una mercancía y no como un derecho humano (Ramonet, 2001).

Y que la opinión pública se ha utilizado desde el siglo pasado y se sigue utilizando para convalidar y justificar ataques y guerras, pues “la idea principal es que una guerra no solo se gana en el campo de batalla, sino también cuando se conquista el corazón de la población, que constituye la retaguardia” (Ramonet, 2001:178).

En este sentido, Rousseau despoja a la opinión pública del carácter de ingenuo al convertirla en medio de control en manos del Estado (Béjar, 1982:81). Habermas (1981:130) retoma de Rousseau la crítica a la condición sectorial/elitista/clasista, de la opinión pública, cuando los fisiócratas, exponentes del público raciocinante, le proporcionaban la comprensión de las leyes orden natural a los monarcas. Dicho autor afirma que el ejercicio del poder necesita del control permanente de la opinión pública y muestra el texto de Bentham que resalta la importancia y la necesidad de publicitar (hacer públicos) los debates parlamentarios para garantizar el poder (1981: 134).Los liberales John Stuart Mill y Alexis de Tocqueville quienes, en el siglo XIX y aun en regímenes democráticos, culpan a la opinión pública de privar a las masas de la verdad, de someterlas y apaciguarlas frente a los abusos del poder y creerán que la opinión pública, en el mejor de los casos, servirá para limitarlo.[9]

Habermas nos muestra el análisis de Hegel, que más tarde profundizará Marx, sobre la lucha entre burgueses y proletarios, la dialéctica hegeliana, esta lucha se extenderá más allá de los medios de producción y la fuerza de trabajo y llegará al terreno de la comunicación: la dialéctica de la publicidad (Habermas, 1981:150).

En la dialéctica de la publicidad, Marx entiende que la lucha no solo es por el control de los medios de producción, sino es también, y quizás más importante, por

[9] Para leer más sobre la dominación de la opinión pública sobre las masas en Mill y Tocqueville, véase Habermas (1981) *La historia de la opinión pública* (7ª ed.) México: G. Gili, p. 163.

la dominación de la opinión pública que se encuentra en poder de la burguesía, al respecto Habermas (1981) explica:

> En la medida en que las capas no burguesas entren en la publicidad política y se instalen en sus instituciones y participen en la prensa, en los partidos, en el parlamento, el arma de la publicidad, afilada por la burguesía, se volverá contra ella (p.158).

Por otra parte, Habermas (op. cit.) comenta al respecto de las masas:

> Si ellos, como público ampliado, se convirtieran en sujeto de la publicidad desplazando a los burgueses, la estructura de la publicidad se transformaría de raíz. Tan pronto como la masa de los no propietarios eleva a tema de su raciocinio público a las reglas generales del tráfico social, se convierte la reproducción de la vida social como tal en asunto general y ya no meramente su forma de apropiación privada (p. 159).

Habermas (1981:163), a raíz del derecho de igualdad, habla del arma de la publicidad para reformar o crear leyes para el público necesitado, estas leyes, serán promulgadas ya no por el raciocinio de privados hecho público, sino impulsadas "por la presión de la calle", por el conflicto público, rudo y violento de los grupos sociales que no encuentran satisfacción en el mercado autorregulado.

Weiland, citado en Habermas (1981:135-136) refiere a que cuando la opinión pública se extiende a las masas, éstas pueden hacer de contrapoder, aunque más adelante Habermas explica que Weiland no se refiere a las clases más bajas, pues como ya lo había sentenciado Rousseau, "están sometidos a la presión de la miseria

y el trabajo y no tienen ni la obligación ni la oportunidad de preocuparse por cosas que no afecten directamente sus necesidades materiales".

Para Juan Carlos Monedero (2009), la opinión pública, "reducida a la voz de las encuestas, se presenta como un nuevo sujeto político que determina el actuar de los gobernantes". Para él, un público bien informado es indispensable para la construcción de la democracia.

La opinión pública entonces, no solo servirá como herramienta para la dominación o contención del poder, sino tendrá una doble función, servir también de instrumento para lo contrario: la liberación o regulación del poder, de hecho, la lucha por el control de la opinión pública es la lucha por el control del poder y la lucha por el control del poder, es la lucha por el control de la cultura.

3.1.3 Teorías de la opinión pública

A continuación se reseñan brevemente algunas de las teorías de la opinión pública que han sido fruto de la investigación de las audiencias, en este apartado se desarrollan las teorías de la opinión pública que se relacionan con el análisis de la recepción (no necesariamente televisiva) como la formación de agenda, la espiral del silencio, el análisis de cultivo y la teoría crítica.

3.1.3.1 La espiral del silencio

La teoría del espiral del silencio es la teoría de la autocensura por definición, para muestra basta transcribir lo que Noelle-Neumann (2010) escribe al principio de su libro:

> Hoy se puede demostrar que, aunque la gente vea claramente que algo no es correcto, se mantendrá callada si la opinión pública (opiniones y conductas que pueden mostrarse en público sin temor al aislamiento) y, por ello, el consenso sobre lo que constituye el buen gusto y la opinión moralmente correcta, se manifiesta en contra (p.13).

Noelle-Neumann señala la habilidad innata cuasiestadistica que tienen los individuos de medir el clima de opinión respecto algún tema público y hacer coincidir sus opiniones con las que piensa son las más extendidas entre la mayoría.

A través de múltiples estudios Noelle-Neumann se dedicó a tratar de medir las opiniones de la gente y determinar qué era lo que influía en éstas. Uno de los primeros trabajos que se ocupó de la *Espiral del Silencio*fue en Allensbach en 1971, en donde se le preguntaba a la gente que sin tener en cuenta su propia opinión, opinara según lo que creía la opinión de los demás, los encuestados en lugar de rechazar la usurpación de opiniones, entre el 80 y 90 por ciento de los encuestados respondieron de manera natural (Noelle-Neumann, 2010).

Noelle-Neumann recoge una cantidad destacable de estudios, sondeos, encuestas y experimentos, llenos de ingenio y creatividad, para tratar de validar su teoría y sus variantes secundarias que se desprenden del postulado principal[10] .

Una afirmación que sostiene Noelle-Neumann pertinente en esta investigación es que "el clima de opinión depende de quién hable y quién permanezca en silencio", en otras palabras, es que en la opinión pública van a participar aquellos que expresen sus opiniones ante los demás. Lo que significa que para expresar la opinión propia se deben cumplir dos requisitos, primero se debe de poder hacer, es decir, hacer realmente efectiva esa capacidad de expresarse y la otra es atreverse a decirla. En pocas palabras se requiere de capacidad y valor.

De hecho Noelle-Neumann, centra su tesis de espiral del silencio en la falta de firmeza del público a expresar ideas contrarias al clima de opinión y no en la capacidad o incapacidad de hacerlo. Una autocensura antes que una censura previa.

La investigadora alemana incluso halló quiénes son más propensos a hablar en determinadas cuestiones, por ejemplo:

> "En una situación pública, los hombres están más dispuestos a participar en una conversación sobre temas controvertidos que las mujeres, los jóvenes más que los mayores, y los pertenecientes a estratos sociales superiores más que los pertenecientes a estratos inferiores (p.44).

[10]Para leer más sobre los interesantes métodos que Noelle-Neumann recoge para convalidar su teoría, leer Neumann, N. (1984) *La espiral del silencio, la opinión pública: nuestra piel social.* Paidos: Barcelona.

Esto tendrá injerencia definitiva en la formación de la opinión pública, pues según la teoría del espiral del silencio, los temas que conformarán la opinión pública serán los temas en los que los hombres jóvenes y ricos tengan mayor preocupación en comparación con las mujeres maduras y pobres.

3.1.3.2 Establecimiento o fijación de la Agenda

Esta teoría desarrollada por McCombs y Shaw (2004) explica el papel de los medios en la mente de los ciudadanos. McCombs no solo desarrolla el concepto de establecimiento de la agenda, sino también el de encuadre, señalando que los medios de comunicación masivos no solo te dicen sobre que pensar, si no que atributos asignarle a ese tema, por ejemplo, atributos positivos o negativos.

La hipótesis del establecimiento de la agenda se refiere a un proceso de selección llevado a cabo por los medios de comunicación de masas que da como resultado que, a la hora de comunicar la información y las noticias, se centren en algunos problemas, con la consecuente desatención de otros. Los medios fuerzan la atención hacia determinadas cuestiones, construyen imágenes del mundo político y proponen los objetos acerca de los cuáles el público debe pensar, y en cuáles no.

En palabras de McCombs (2004):

> Los editores y directores informativos, con su selección día a día y su despliegue de informaciones, dirigen nuestra atención e influyen en nuestra percepción de cuáles son los temas más importantes del día. Esta capacidad para influir en la relevancia de las cuestiones del repertorio público es lo que

se ha dado en llamar la fijación de la agenda por parte de los medios informativos (p.24).

Sin embargo, McCombs diferencia entre la fijación de la agenda por parte de los periódicos y aquella que viene de la televisión, en donde la dirección es más clara por ser más reducida la capacidad del telediario y una simple mención sobre algo ya estaría indicando hacia donde quieren fijar la atención. La repetición de un tema es el mensaje más potente para indicar su importancia. En esta teoría, los temas compiten entre sí para ubicarse dentro de la agenda. McCombs (2004) señala que no se trata de una selección deliberada y premeditada, sino "más bien del resultado no buscado de esa necesidad de los medios informativos de seleccionar y destacar un puñado de cuestiones como las noticias más relevantes del momento".

Sobre el establecimiento de la agenda, Ramonet (2001), en un espacio menos académico, habla sobre la mimetización de los medios, en donde plantea que cuanto más hablan los medios de un tema, más tiempo, más medios y más periodistas se consagran al mismo, provocando la desestimación de otros. El telediario dice la noticia y, al mismo tiempo nos dice lo que hay que pensar de esa noticia.

Esta teoría que surgió de un estudio realizado por McCombs y Shaw en Carolina del Norte durante la campaña presidencial de 1968, implica la técnica de comparar dos cosas: una la descripción de la agenda pública, es decir, los temas que les resulte de mayor interés a los encuestados y segundo, la descripción de los temas más relevantes para los medios de comunicación que consumen los mismos.

La pregunta por excelencia en estos estudios es la implementada en las encuestas Gallup desde los años treinta: “¿Cuál es el problema más importante al que se enfrenta hoy la nación?” (McCombs, 2004:17).

Más de 400 estudios se han realizado acerca del establecimiento de la agenda en una amplia variedad de contextos que van desde Europa, Asia y Sudamérica (McCombs, Holbert, Kiousis, Wanta, 2011).

Un ejemplo de los diversos trabajos de esta teoría es el realizado en Pamplona en 1996, en donde se confirma dicha teoría además de explorar como las variables como "educación", "consumo de medios", "sexo" e "ideología" marcan diferencias en los efectos que los medios tienen en la opinión pública (Canel, Llamas y Rey-Lennon, 1996).

Un estudio más reciente que ha utilizado esta teoría es el implementado por D'Adamo, Freidenberg y García (2000) en Argentina afirmando dicha teoría e indicando que los medios tienden a representar el mundo político de manera uniforme y sesgada; y que el público incorpora esos sesgos en los análisis que efectúa de la realidad.

Además de estos estudios, McCombs (2004) y McCombs et al. (2011) reúnen una batería importante, algunos realizados sistemáticamente para cada contienda electoral, sobre todo en Estados Unidos, en donde se examina esta teoría con algunas variantes entre dichos trabajos[11].

[11] Para conocer más estudios referentes a la teoría de la fijación de la agenda, revisar McCombs, M. (2004) *Estableciendo la agenda. El impacto de los medios en la opinión pública y en el contenido*.

3.1.3.3 Teoría del Cultivo

En el campo de la investigación de las teorías culturales de la comunicación se encuentra la teoría de la cultivación, o teoría de la cultura, como también podría ser traducida. Ésta teoría fue desarrollada por George Gerbner en la década de los sesenta, y según Morgan y Shanahan (2010) cuenta con más de 500 estudios publicados relacionados directamente.

La teoría del cultivo investiga la contribución de la televisión a la concepción de la realidad social de los televidentes y constituye según Igartua (2013) “el primer intento por sistematizar el estudio empírico acerca de la representación de la realidad social en la televisión y analizar su impacto en las audiencias”.

Su hipótesis central es que aquellos que pasan más tiempo frente a la televisión “son los que más probablemente perciben el mundo real en las maneras reflejadas en los mensajes más comunes y recurrentes del mundo de la ficción televisiva” (Morgan y Shanahan, 2010:337). Estos autores dan cuenta de trabajos recientes de cultivación que han seguido la tendencia de examinar la exposición a géneros y a programas específicos, sobre todo en cuanto a noticieros y a programas de ficción.

Sus investigaciones demuestran que ver diversos géneros relacionados a la violencia y al crimen (como noticieros y programas policiacos), aumentan la sensación de miedo al crimen, el apoyo a la autoridad y el refuerzo a medidas de protección y de castigo.

PaidósComunicación: Barcelona, y McCombs, M., Holbert, L., Kiousis, S. y Wanta, W. (2011) *The news and public opinion. Media effects on civic life*. PolityPress: Inglaterra.

Los estudios al respecto incluyen una variedad de temas relacionados al consumo televisivo, desde violencia, roles de género, etnicidad, discriminación, salud pública, entre otros.

En México, Muñiz et al., (2013) llevaron a cabo un estudio sobre la teoría de la cultivación, en donde se analizó el papel de los medios de comunicación y el prejuicio hacia los indígenas, encontrándose que el contacto con la televisión tiene una capacidad predictiva mayor en los jóvenes de bachillerato que el contacto directo con indígenas en la generación del prejuicio hacia los indígenas. Además se encontró que el consumo concreto de programas de entretenimiento y ficción aumentan las probabilidades de prejuicio.

Al respecto Doncel (2013) afirma que el papel de los medios de comunicación en la recreación del imaginario sobre el indígena adquiera una importancia casi hegemónica, debido a que el contacto inter-étnico entre los jóvenes (urbanos) y los indígenas son prácticamente inexistentes. Doncel (2013) remarca la clara ambivalencia que viven los pueblos originarios respecto a su cultura, son considerados como “esencialmente cultos y esencialmente incultos” por los jóvenes urbanos, pues esa ambivalencia se hace presente en la televisión.

En otras latitudes se han realizado recientemente trabajos respecto a esta teoría, como el del profesor Alay Ahmad (2009) que replicó un estudio básico del modelo de cultivación de Gerbner para encontrar el impacto de ver la televisión sobre la percepción de la realidad del mundo en Paquistán, reforzando las hipótesis propuestas por Gerbner acerca de la percepción de un mundo peligroso, riesgoso y mezquino gracias a la televisión.

Mastro y Behm-Morawit (2005) analizaron la frecuencia y cualidad de las representaciones de latinos en la televisión en horario estelar, los hallazgos sugieren que muchas de las imágenes de los latinos en la televisión se mantienen atadas a unos pocos y perdurables estereotipos mediáticos. Además, de que refuerzan la ideología dominante de la raza en vez de confrontarla.

Además, Morgan y Shanahan (2010) dan cuenta de que la teoría de la cultivación ha sido examinada en el contexto de otras estructuras teóricas de varias áreas de investigación en comunicación así como en otras disciplinas, donde combinan la teoría de la cultivación con la teoría del espiral del silencio, establecimiento de la agenda o incluso con capital social.

En el contexto de esta teoría, D´Adamo (2007:104) sostiene que la demografía en la televisión es sesgada y selectiva, en donde "el perfil de los privilegiados es el de los individuos de género masculino, solteros y de raza blanca, de clase media, profesionales liberales o ejecutivos de ocupación, exitosos y de mediana edad. Las minorías étnicas están subrrepresentadas". Además de denunciar que "la corriente dominante indica que los televidentes duros tenderán a anular las diferencias derivadas de la variedad cultural, social y política de los grupos a los que pertenecen" (op. cit.117:).

3.1.3.4 Teoría crítica

Adorno, Horkheimer, Marcuse, Walter Benjamin y más recientemente Habermas, han dado cuenta de cómo los medios de comunicación masiva rebajan

la condición del hombre pensante a un simple espectador pasivo esperando recibir órdenes, entretenimiento, esperanza y desahogo por parte de los medios de comunicación.

Este grupo de pensadores marxistas consideró que la ideología de las clases dominantes, representada en los medios de comunicación, detuvo las fuerzas históricas del cambio económico, promoviendo una falsa conciencia en los trabajadores que asimilaron la sociedad capitalista como base económica (McQuail, 2000).

En esta investigación es pertinente teorizar sobre esta corriente debido a la poderosa influencia que la teoría crítica le asignó a los medios de comunicación para la impedimento de cualquier cambio fundamental en la sociedad, esta visión se ha mantenido en diferentes planteamientos teóricos.

En la teoría crítica según McQuail (2000) los productos culturales, como las ideas, imágenes o información, son convertidos en bienes que cambian su valor intrínseco por un valor de cambio, son producidos y vendidos en un mercado mediático donde los consumidores aspiran a satisfacer necesidades psicológicas, de diversión o ilusorias de su lugar en el mundo.

Aunque al igual que Lippmann, y otros autores citados anteriormente, sus ideas se basan más en argumentos filosóficos que en científicos, sin embargo, dieron pie a que el estudio de la opinión pública pasara del campo de las ideas al trabajo de campo, con estudios de investigadores que los usaron como fundamento para dar o no validez a sus propuestas teóricas.

Dentro de esta teoría se utilizan frecuentemente los términos ideología, hegemonía, medios de producción, estructuras, sociedad capitalista. Las imágenes, las ideas o símbolos (productos culturales) son transformados en mercancías que se pueden comprar y vender a un valor de cambio lejos del valor de uso (McQuail, 2000), en una industria cultural que produce mensajes a gran escala dirigidos a una masa homogeneizada ya que "trata de la misma forma al todo y a las partes" (Adorno T. y Horkheimer M, 1944:37). La cultura en el hombre va ser suplantada por el producto de la tecnificación de los medios de comunicación que lo terminarán dominando.

Hasta aquí se muestra lo pertinente sobre la teoría de la opinión pública, enseguida se propone explicar el concepto de la recepción televisiva y algunas teorías de ésta, para después hacer evidente el vínculo entre la opinión pública y la recepción televisiva.

3.2 Recepción televisiva

Para iniciar la explicación de la recepción televisiva, es necesario partir en esta investigación desde una perspectiva cultural de la comunicación, que afirma que las audiencias tienen la capacidad para resistir y controlar[12] la manipulación ideológica que los medios pretenden proyectar.

[12]Se emplea el concepto del control cultural, descrito por Bonfil Batalla (1988) como sistema según el cual se ejerce la capacidad social de decisión sobre los elementos culturales: tierra, materias primas, materiales, forma de organización y participación, códigos de comunicación, las creencias, los conocimientos y valores

Esta es una investigación de relaciones culturales, por un lado, la relación que existe entre medios y audiencia, y por otro, la relación interétnica que hay entre la cultura nahua y la cultura mestiza, que por el contexto histórico social en el que se encuentran, ambas relaciones son asimétricas y opuestas, por lo cual es pertinente teorizar sobre la recepción de los medios por parte de la audiencia, es decir sobre la relación medios-audiencia, y sobre la perspectiva culturalista de la comunicación.

A diferencia de la corriente funcionalista de la comunicación, con las teorías de la aguja hipodérmica y la de los efectos mínimos, aquí se retoma la pregunta de "qué hacen las audiencias con los medios" y no lo contrario como predominaba a principios del siglo pasado.

Lozano (2007) escribe que entre los términos que equivalen o confluyen a los estudios culturales se encuentra, entre otros, el análisis de la recepción. Una descripción más detallada de los estudios culturales y de la teoría de las mediaciones se hará más adelante.

Martín-Barbero (1987) convocó al análisis de la recepción al citar al filósofo crítico Walter Benjamin, quien advirtió de una “nueva” forma de recepción en la que las nuevas aspiraciones de las masas y las nuevas tecnologías de reproducción, como el cine y la fotografía, transformaban la experiencia y sensación de las masas al acercar e igualar el arte. La nueva forma de recepción era para Benjamin signo

subjetivos y colectivos. El uso de la tecnología de la grabadora para guardar y reproducir su propia música es un ejemplo claro de control cultural.

de “una larga transformación social, la de la conquista del sentido para lo igual en el mundo” (op. cit., p.58).

De esta forma Martín-Barbero señala a W. Benjamin como pionero de la mediación fundamental “que permite pensar históricamente la relación de la transformación en las condiciones de producción con los cambios en el espacio de la cultura” (op. cit., p. 56) y rescata la necesidad propuesta por W. Benjamin de una historia de la recepción.

Guillermo Orozco integra el concepto de mediaciones al proceso de recepción televisiva, al que define, desde una perspectiva culturalista que privilegia la mediación como categoría de análisis, como un proceso en el cual tanto la TV como la cultura constituyen un conjunto de mediaciones que se ponen en juego en la interacción entre la TV y su audiencia, la cual produce un sentido a lo que la pantalla proyecta (Orozco, 1991). La teoría de las mediaciones se detallará más adelante.

Para Orozco, el proceso de recepción televisiva no empieza cuando se enciende el televisor ni termina cuando se apaga éste. Más bien es un proceso sociocultural, complejo, largo, multimediado, interactivo y creativo, en el cual el receptor activo, decodifica, resiste y negocia los mensajes del televisor. A diferencia de dicho autor, en esta investigación se sustituye la palabra “negocia” por “controla”,

para subrayar una especie de resquicio de poder que le queda al televidente frente a la ofensiva cultural hegemónica del televisor[13].

Dicho autor sostiene que la audiencia, es decir, los sujetos de recepción, más allá del papel comercial, publicitario y monetario que las empresas de medios y anunciantes le asignan, son sujetos que no dejan de ser sujetos sociales, históricos y culturales (Orozco, 1987). Situadas en su contexto, las audiencias son "capaces de significar su producción material y simbólica, pero también de reproducir sin cuestionar las significaciones ofrecidas en los medios" (op. cit., p. 28).

Orozco (1993:31) afirma que hay que entender a teleauditorio "como un conjunto segmentado de sujetos socioculturalmente ubicados, capaces de realizar distintas <televidencias>". Incluso Charles y Orozco (1990) afirman que se puede enseñar a la audiencia a entender los mensajes de los medios y justifica su educación para:

> Hacer que los sujetos receptores, individuales y colectivos, tomen distancia de los medios de comunicación y sus mensajes, que les permita ser más reflexivos, críticos y, por tanto, independientes y creativos; esto es, que les permita recobrar y asumir su papel activo en el proceso de la comunicación (p.31).

Las audiencias pueden asumirse activas hoy tanto en la recepción como en la emisión de productos culturales y se van constituyendo a través de procesos de

[13] Aplicando la teoría del control cultural de Bonfil Batalla, el televidente ejerce la capacidad social de decisión sobre los elementos culturales que la televisión pudiera modificar a través de mensajes recurrentes con la intensión de cambiarlos.

recepción-interacción con los diversos medios. No obstante los recursos y características tecnológicas propias del medio televisivo y su particular definición social como institución, su influencia en la audiencia, aunque creciente e importante, no es ni única ni totalizadora. El televidente tendrá la última palabra (Orozco, 1991).

Con respecto a lo anterior, Pareja (2013) escribe que las audiencias en su carácter activo, tienen la posibilidad de re significar los discursos mediáticos, no solo en lo político, sino también en lo cultural y en lo étnico. Norma Pareja resalta la necesidad de comprender las significaciones y el sentido que entrelazan el acto de ver la televisión con las dinámicas sociales. Estas significaciones pueden penetrar en las matrices culturales de la audiencia. Los contenidos de los medios están provistos de una visión del mundo y plantean su propia visión con un inherente orden social y político; los cuales permanentemente dialogan con la experiencia que la audiencia vive cotidianamente.

Por otra parte, Carabaza (2002), afirma que la audiencia televisiva no es homogénea sino un sujeto activo capaz de recibir, seleccionar, procesar, transformar y acomodar la información o en otros casos desecharla.

Una vez explicados el concepto de recepción televisiva, se dispone a explicar las teorías de la recepción de las audiencias que están empezando a entrar, si no es que ya entraron, al terreno de la investigación de la opinión pública, como lo son la teoría de los estudios culturales y la teoría de las mediaciones en la recepción televisiva.

3.2.1 Los estudios culturales

Antes de explicar los estudios culturales, cabe mencionar la corriente teórica del cual se desprenden éstos, la corriente crítica de los medios de comunicación. Los estudios culturales de la comunicación parten de la teoría marxista: “acerca de la manera en que los mensajes de los medios expresan y promueven los valores y las ideas de los grupos que los producen” (Lozano, 2007:152). Además que retoma el concepto de hegemonía propuesto por el teórico marxista Antonio Gramsci, como una élite que va “recurrir a instrumentos de ´resistencia´ para conservar las posiciones adquiridas, no como fuerzas renovadoras de desarrollo” (De Moraes, 2011:114).

Es pertinente desarrollar los estudios culturales de la comunicación de masas porque, como se mencionó antes, ésta es una investigación de relación interétnica, entre la cultura náhuatl y la cultura mestiza.

Los estudios culturales dan suma importancia al contexto y a las condiciones sociales en las que se ubican los medios y las audiencias. Originados en Inglaterra, en la Escuela de Birmingham con Stuart Hall, David Morley, John Fiske, entre otros, se han profundizado en América Latina. El desarrollo de los estudios culturales en América Latina es tal que los principales investigadores Martín Barbero, García Canclini, Orozco Gómez, Jorge A. González son referentes internacionales en el

estudio de la relación de las culturas y problemas sociales y políticos con el fenómeno de la comunicación[14].

Esto puede deberse a que, a diferencia de Inglaterra, en donde se analizó la cultura popular frente a la alta cultura, en los países latinoamericanos existe una gran variedad de culturas, muchas de ellas milenarias, una gran variedad de contextos socio-históricos coexistiendo en un misma nación y una resistencia al poder político que se fundamenta en la cultura etnográfica de cada grupo social.

Estas características han generado que académicos latinoamericanos tengan un gran campo de acción e investigación para poner en marcha el análisis de los estudios culturales y que sus resultados hayan sobrepasado las fronteras latinoamericanas.

Un concepto capital en los estudios culturales es que "la cultura debe comprenderse como un proceso global que permite la construcción histórica y social de significado" (D´Adamo, 2007:94). James Lull (1995) afirma que los estudios culturales toman como puntos de partida temas como las diferencias de raza, de género y de clase social. Además, la subjetividad y la situación política se ponen de manifiesto en la investigación (Lull, op. cit., Mattelart, 2004). La forma en que los individuos estructuran su identidad pasa a ocupar un lugar estratégico dentro de los estudios culturales (Mattelart, 2004).

[14] Investigadores como James Lull (*Medios, comunicación, cultura: aproximación global*, 1995), ArmandMattelart (*Introducción a los estudios culturales*, 2004) y Carlos Lozano (*Teoría e investigación de la comunicación de masas*, 2007) dan cuenta de la importancia de los investigadores latinoamericanos en el desarrollo de los estudios culturales a nivel mundial.

Mattelart (op. cit.) afirma que los estudios culturales contribuyen al conocimiento de las culturas contemporáneas. Los estudios culturales sirven como vínculo entre el pasado histórico y el futuro tecnológico, contienen el análisis antropológico-social y lo sacan del ostracismo académico globalizado, rompen el prejuicio que relaciona lo originario con lo atrasado y lo reivindica como la explicación o razón del desarrollo del individuo, sociedad y cultura, latinoamericanos al menos.

Cabe mencionar que debido a los temas que abordan los estudios culturales, "temas abandonados o despreciados" (op. cit.:123), debido a la búsqueda del cambio social a través de la investigación y a las características biográficas de sus fundadores (provenientes de las clases populares como Richard Hoggart, Raymond Williams, ligados a partidos de izquierda británicos como Edward P. Thompson y el propio Williams y la condición de inmigrante negro de Stuart Hall), los estudios culturales encontraron una resistencia dentro de la comunidad académica británica solo comparable con la resistencia encontrada en las audiencias a las que dedicaron sus investigaciones. En la comunidad académica actual, la resistencia y el origen de los investigadores guardan similitud a los tiempos de la primavera de los estudios culturales.

Lozano (2007) afirma que actualmente la situación de los estudios culturales es compleja y multidisciplinaria, entre las que confluyen distintas corrientes teóricas como la crítica estética y literaria, la semiótica, estructuralismo, marxismo, teoría crítica, entre otras. Dicho autor también escribe que los estudios culturales son los

más utilizados y más populares dentro de la academia de la comunicación en América Latina.

En lo que respecta a la corriente Latinoamericana, Martín-Barbero, quien ha sido uno de los autores claves para el desarrollo de los estudios culturales en la región, y García Canclini, lideraban la corriente de los estudios culturales a mediados de los años ochenta, Guillermo Orozco, entre otros, se sumaron unos años más tarde (Jacks, 2007). Ambas corrientes resaltan la relación entre la cultura y la comunicación así como abren el debate sobre la comunicación y la identidad cultural (op.cit.).

3.2.2 La teoría de la mediación

Martín-Barbero propuso llevar el debate de los medios a las mediaciones, es decir, "a las articulaciones de comunicación con los movimientos sociales, a las diferentes temporalidades y la pluralidad de matrices culturales" (op. cit., p. 203). El concepto de mediaciones sería recogido concretamente para la recepción televisiva por Guillermo Orozco y serían definidas por él como "un proceso estructurante que configura y re- configura, tanto la interacción de los auditorios con los medios, como la creación por el auditorio del sentido de esa interacción" (Orozco, 1993:34).

Asimismo señala que hay diferentes tipos de mediación y diferentes orígenes o fuentes de mediación, como la cultura, la política, en la clase social, el género, la etnicidad, los medios, el contexto, las instituciones y los movimientos sociales. Las

mediaciones y sus fuentes intervienen en la interacción tv-auditorio en lo que Orozco llama "proceso de televidencia" o simplemente televidencia (Orozco, 2014).

Dicho autor propone que la televidencia es un proceso multimediado en donde la cultura va a impregnar a los diferentes tipos de mediaciones: individuales, situacionales, institucionales y contextuales (op. cit.).

De estas mediaciones, la que destaca en importancia en esta investigación es la situacional o de referencia, es decir, las diversas situaciones e identidades del receptor constituyen referentes en el proceso de recepción y en las interacciones de la audiencia con la televisión (Orozco, 1991). La familia, el género, la etnia, la edad, el territorio, el origen social y estado económico constituyen una mediación, “en tanto que inciden diferencialmente en la interacción que el sujeto televidente entabla con el mensaje televisivo” (Lozano, 2007:195).

Estos referentes han sido, ya sea específicamente o en conjunto, objetivos de diversas investigaciones de la recepción televisiva. En la mediación del territorio, Carabaza (2009) ha realizado algunas investigaciones sobre el consumo de televisión en la zona fronteriza de México y Estados Unidos. Carabaza (2002) y Huerta (2004) han estudiado acerca de la mediación de género con las investigaciones sobre el proceso de recepción de mensajes televisivos en mujeres de Saltillo y sobre la dominación y negociación entre géneros al ver la televisión.

El estado socioeconómico también ha sido motivo de estudios, como el de Pareja (2011), que junto con la mediación territorial, analizó la oferta y recepción televisiva en familias pobres en la Ciudad de México. Orozco y Medina (2000)

exploraron la recepción televisiva en el ambiente doméstico al analizar los noticieros estelares del duopolio televisivo en México.

El mismo Orozco y Charles (1990) han dado cuenta de algunas investigaciones sobre la mediación de edad, sobre todo en niños y adolescentes con miras a hacer al joven receptor más crítico y activo ante los mensajes de los medios.

La etnia ha sido estudiada por Matanabe (1996) al indagar la experiencia televisiva en barrios de gente negra en Estados Unidos, además Brown (2001) exploró la influencia de estereotipos en las percepciones de mujeres africanas. Estudios de la mediación étnica, sobre todo con énfasis en el análisis de culturas milenarias, son un campo de oportunidad para los estudios de recepción en México, debido a que no existen estudios que vinculen específicamente el proceso de recepción del auditorio con la raíz originaria del pueblo mexicano.

En esta investigación se sostiene que la identidad étnica, o en palabras de Orozco, la mediación étnica, interviene en el proceso de televidencia asignando significados producidos por el televidente, la re-producción de esos significados será parte de la configuración de la opinión pública de ese grupo étnico.

Como se ha constado en estas páginas, la opinión pública y la recepción televisiva han estado ligadas desde el inicio de las investigaciones sobre los medios de comunicación y sus efectos en las audiencias. De hecho, la relación entre la opinión pública y la recepción es estrecha, pues el individuo o grupo de individuos no puede producir ideas u opiniones que no ha construido en su interior, aunque

repitiese lo dicho por otros, el individuo reproducirá ideas después de haber decodificado los significados en su interior, en donde múltiples mediaciones convergen e intervienen en el proceso de construcción de significados (Orozco, 2014), significados que, en posterior momento se reproducirán en forma de opiniones.

La apuesta en esta investigación es la aplicación de la perspectiva cultural de la comunicación a la teorización de la opinión pública, si se pudiese contribuir al estudio de la opinión pública en esta investigación, la utilización de la perspectiva cultural sería la mejor contribución a este campo de la comunicación.

3.3 La opinión pública y la recepción televisiva

Como se ha apuntado, el estudio científico y la teorización de la comunicación, y con ello de la opinión pública, han girado alrededor de las audiencias. Lo heterogéneo del público y lo vasto de la penetración de los sistemas de comunicación, han preocupado a los teóricos sociales desde el inicio de los medios (Lozano, 2007).

Desde diferentes enfoques y con diferentes metodologías, el estudio de las audiencias ha servido para producir múltiples teorías de la opinión pública. De la corriente funcionalista con la utilización de metodologías cuantitativas a la teoría crítica de los medios con su énfasis en metodologías cualitativas, teorías como la aguja hipodérmica, de usos y gratificaciones, de los efectos limitados, la espiral del

silencio, la formación de la agenda, del cultivo y, más recientemente, los estudios culturales, las audiencias han sido el foco de atención de los científicos de la opinión pública.

De acuerdo a las características propias de los diferentes medios de comunicación, los investigadores han utilizado creativos y variados métodos y experimentos sobre las audiencias con sus variados resultados y teorías. De hecho, Rivadeneira (2014) apunta que si las características de las señales son diferentes (visuales en la televisión, acústicas en la radio y visuales estáticas en el periódico), las influencias de éstos en los receptores también lo son.

En el estudio de la opinión pública se está empezando a reconocer el lugar que, desde hace varias décadas, los estudios culturales le otorgaron al receptor en el análisis de la comunicación de masas. Rivadeneira (op. cit.), uno de los teóricos de la opinión pública, apunta que es tan importante o más el análisis de los procesos de recepción que las formas de emisión de los mensajes y el contenido de los mismos, cuestión que recibe poca atención por parte investigadores en los recintos universitarios.

Entonces se abren preguntas en el terreno de la opinión pública que ya han sido contestadas, o se han intentado contestar por la escuela cultural de la comunicación: ¿Quién es el receptor? ¿Cómo recibe la información y qué hace con ella? Ubicándolas en el contexto latinoamericano, Rivadeneira las contesta de acuerdo a las dos corrientes de la comunicación de masas, la primera, parte del supuesto de receptor como mero espectador y la segunda, del receptor como sujeto

activo en los acontecimientos y titular de su propio destino. Esta dicotomía que tiene un sentido político e ideológico, es el principal problema de la opinión pública, afirma Rivadeneira (2014).

En un contexto en donde el receptor es múltiple, Rivadeneira describe al receptor latinoamericano como navegante entre dos aguas, la de los medios tradicionales, conservadores y prolongadores de un estado de las cosas y la del "lenguaje de rebelión contra ese estado de cosas" (op. cit., p.53).

Sin embargo, a un incipiente interés por el receptor, éste es devuelto a una categoría importante pero no primaria, al señalar que el receptor es, no el individuo o audiencia ni los individuos o audiencias, sino el lenguaje o códigos que utiliza esa audiencia, producto de mezcla la lingüística del colonizador y el código resultante de los procesos de independencia política del siglo XIX. Cabe destacar que Rivadeneira omite, como si no hubiesen existido nunca o como si no existieran hoy día, el lenguaje que utilizaban las audiencias originarias que han resistido la intención de aniquilación tanto de los códigos de los colonizadores como los resultantes de los procesos de independencia.

En este apartado se ha demostrado el vínculo entre la opinión pública y la recepción televisiva para contar con la base teórica-conceptual necesaria para el emprendimiento de una investigación científica que persiguió identificar la relación entre la recepción de la ficción televisiva y la formación de la opinión pública de los jóvenes nahuas de Cuetzalan.

Capítulo IV. Metodología

Esta tesis utilizó el método mixto de investigación que combina la perspectiva cualitativa y cuantitativa. Debido a la complejidad del estudio fue el método idóneo para profundizar el análisis de la investigación.

La investigación se realizó siguiendo el Modelo para Desarrollar Instrumentos (Hamui-Sutton, 2013). Este modelo consiste en generar información cualitativa en primera instancia para después elaborar un instrumento cuantitativo basado en los resultados de la etapa cualitativa.

Según Hamui-Sutton (op. cit.:213) el instrumento resultante "estará basado en las visiones, experiencias y lenguaje de los participantes, en lugar de considerar la perspectiva exclusiva de los investigadores".

En este sentido tanto los métodos cualitativos frecuentemente utilizados en los estudios de recepción de audiencias se combinan con los métodos cuantitativos usados en la investigación de la opinión pública. Los resultados de ambos métodos se complementan entre si y ninguno privilegia sobre otro.

Asimismo la combinación e interpretación de los resultados contribuyen a una mejor comprensión del estudio de la recepción de la ficción en audiencias nahuas juveniles y su relación con la formación de la opinión pública, no sólo en la búsqueda de cifras puntuales sino también en la manera del cómo se da el fenómeno y viceversa.

4.1 Fase cualitativa de la investigación

4.1.1 La metodología cualitativa

Las investigaciones de las audiencias sirven para analizar los efectos de los medios en la sociedad. Los investigadores demostraron que los mensajes de los medios podían tener diferentes interpretaciones entre los receptores y que éstos tienen la potestad de aceptar, modificar o rechazar el mensaje recibido del medio de comunicación (McQuail, 2000).

Denis McQuail (2000), señala que uno de los principales métodos de la investigación de recepción de las audiencias es el método cualitativo cuyo objetivo es el de comprender el significado de los contenidos recibidos y el uso en su contexto gracias a la percepción de significado, el contexto social y cultural recabados por dicho método.

Por otra parte, Corominas (2001) advierte que en los estudios de recepción se tiende a primar la investigación cualitativa ya que la investigación sobre la audiencia además de señalar que los estudios de recepción reivindican el empirismo sobre el positivismo.

Orozco también enuncia que, metodológicamente, la perspectiva adoptada en los estudios de las audiencias es la cualitativa en sentido amplio "donde diversas técnicas antropológicas, etnográficas, culturales, sociológicas, fueron acogidas para explorar el complejo entramado de mediaciones, comunidades de apropiación,

procesos de negociación de significados, estrategias de recepción --entre otras categorías" (1997:113).

En esta investigación es pertinente abordar el análisis cualitativo porque, se busca que el investigador pueda acceder al ámbito privado donde tiene lugar la recepción televisiva, el hogar, que constituye el escenario más común en los estudios de recepción de las audiencias (Corominas, 2001).

Además el instrumento cualitativo permitió elaborar un instrumento cuantitativo fundado en las visiones, experiencias y lenguaje de los participantes y no solo en la perspectiva del investigador, posibilitando a su vez, un análisis más delimitado en cuanto a la diversidad de cuestiones que abarca la opinión pública y los estudios de recepción de las audiencias.

4.1.2 La técnica, entrevistas en profundidad

Orozco (2011) señala que la entrevista, quizás, es la técnica más usada en investigación cualitativa. La técnica de investigación cualitativa utilizada en este estudio fue la entrevista a profundidad.

Para Taylor y Bodgan (1994) las entrevistas cualitativas en profundidad son

> Reiterados encuentros cara a cara entre el investigador y los informantes, dirigidos hacia la comprensión de las perspectivas que tienen los informantes respecto de sus vidas, situaciones o experiencias, tal como las expresan con sus palabras. Siguen el modelo de una conversación entre iguales (p.101).

La entrevista a profundidad consiste en hacer una serie de preguntas extensas a los sujetos investigados, que, a diferencia de los cuestionarios cerrados, "lo importante es captar los discursos, el lenguaje del entrevistado" (Orozco, 2011:151). Según el mencionado autor, la entrevista intenta profundizar en los motivos y presentaciones de los individuos; en tanto que el cuestionario se limita a captar percepciones inmediatas y automáticas del entrevistado.

En esta investigación se consideró pertinente utilizar el tipo de entrevista semi-dirigida en donde hay temas y subtemas con preguntas amplias pero no específicas y donde existe una jerarquía en el orden de las preguntas y prioridades, que no son intercambiables, pero si flexibles (Orozco, 2011).

4.1.3 Instrumento, muestreo y levantamiento

El instrumento elaborado para la fase cualitativa de la investigación consistió en entrevistas a profundidad (véase Anexo 1) siguiendo la técnica de muestreo no probabilístico bola de nieve[15].

Con el fin de hacer la entrevista a profundidad más operativa se realizó un cuestionario semiestructurado aplicado en un ambiente de cordialidad que privilegiaba la libre manifestación de ideas por parte del entrevistado, lo que llevó

[15] Los errores y omisiones que se hayan podido presentar tanto en la elaboración como en aplicación de los instrumentos utilizados en esta investigación corresponden única y exclusivamente al autor del presente trabajo y no a los investigadores que lo supervisaron ni, mucho menos, a las personas que amablemente los contestaron.

en varias ocasiones a una situación conversacional con el fin de hacer más nutrido el trabajo cualitativo.

Las respuestas se anotaron en el formato del cuestionario al mismo tiempo de que el audio se quedaba registrado en grabadora. Los cuestionarios fueron transcritos por completo en formato digital para su análisis posterior.

El espacio geográfico en el que se llevaron a cabo ambas fases de la investigación fue la localidad de San Miguel Tzinacapan, por ser una de las localidades más grandes de Cuetzalan (2833 habitantes) y más numerosas en cuanto a población indígena (83.97% de la población total).

Siguiendo la técnica de bola de nieve se realizaron un total de 10 entrevistas a profundidad a jóvenes nahuas con un promedio de 15 años de edad, de los cuales 2 fueron hombres y 8 fueron mujeres durante los días 28 y 29 de noviembre. El rango de duración por entrevista fue de 30 minutos a una hora. Seis de las entrevistas se realizaron dentro de las casas de los jóvenes mientras que el resto se hicieron en la plaza central de la localidad de Tzinacapan.

El cuestionario estructurado contempló 26 preguntas en las que se trataron las siguientes categorías:

Operacionalización de Categorías

Tema	Objetivo
I. Datos generales	Identificar la edad, género, idioma y escolaridad del entrevistado.
II. Concepciones sobre la televisión y la ficción televisiva	Comprender las significaciones atribuidas al aparato televisivo y al género de ficción en su formato de telenovelas en el marco de desarrollo de su vida cotidiana.
III. Identidad étnica	Conocer el grupo étnico con el que se identifican, el grado de compromiso y la exploración hacia su identidad étnica.
IV. Opinión pública y recepción de la ficción televisiva	Identificar los asuntos de interés, preocupaciones y problemas de su comunidad y la relación que éstos tienen con la recepción de la ficción televisiva.

4.2 Fase cuantitativa de la investigación

4.2.1 La metodología cuantitativa

De acuerdo a Orozco (2011) en la investigación cuantitativa se busca el establecimiento de generalidades y regularidades en la realidad mediante la medición estadística de variables. En una explicación simple del término, lo cuantitativo se refiere a todo lo que tenga que ver con números, mientas que lo cualitativo se relaciona con palabras.

Para Hueso y Cascant (2012) la investigación cuantitativa consiste en el uso de técnicas estadísticas para conocer aspectos de interés sobre una población determinada y se basa en el principio de que estudiando cierto número de población se puede hacer una idea de cómo es la población en su conjunto.

Campos (2009) sostiene que este método parte de una teoría del que extrae ciertas explicaciones acerca de una hipótesis, las cuales son medidas a través de diferentes y apropiados instrumentos, en donde la información recogida y procesada permite generar conclusiones correspondientes al estudio realizado.

En esta investigación se utilizó la metodología cuantitativa debido a que es útil para estudiar poblaciones numerosas y que los resultados sean independientes del investigador, en contraste a la investigación cualitativa donde por sus características la población estudiada tiende a ser menor y la perspectiva del investigador puede influir en el análisis de los datos. Además para que la investigación pueda ser replicada y controlada para futuros trabajos.

4.2.2 La técnica encuesta

La técnica cuantitativa más habitual en la recolección de datos es la encuesta. Hueso y Cascant (2012) afirman que esta técnica permite obtener información sobre una población a partir de una muestra mediante la utilización de un cuestionario o un conjunto de preguntas.

Asimismo, dicho autores remarcan que en la encuesta las preguntas del cuestionario suelen ser cerradas, es decir que el encuestado no se expresa con sus propias palabras sino que se marca la pauta de opciones a elegir. Es así se facilita la comparativa y el análisis de datos. Para Hueso y Cascant (2012:21) afirma que "se podría pues decir que la encuesta es una entrevista de tipo estandarizada y cerrada, cubriendo el límite opuesto a la entrevista en profundidad".

Para Orozco (2011) en el cuestionario el discurso del entrevistado no es lo importante, lo que lo diferencia con la investigación cualitativa, en donde el lenguaje es la herramienta de trabajo y objeto de estudio en sí mismo.

En esta investigación se consideró pertinente utilizar la técnica de encuesta, recurrentemente usada en los estudios de opinión pública, para abarcar a un mayor número de sujetos de estudio y facilitar la comparativa y el análisis de los datos, a pesar del detrimento en la profundidad y matización de las repuestas. Menoscabo que se subsanó con la aplicación de la fase cualitativa realizada con anterioridad.

4.2.3 Instrumento, muestreo y levantamiento

A partir de los resultados obtenidos en las entrevistas a profundidad y de la revisión de las preguntas pertinentes de acuerdo con el objetivo de la investigación, se procedió a elaborar el instrumento para la fase cuantitativa del estudio, que consistió en un cuestionario cerrado de 39 preguntas (ver anexo 2) a realizarse a partir de muestreo probabilístico.

El criterio de selección de la muestra fue el total de la población que asiste al nivel secundaria en la cabecera de la localidad de San Miguel Tzinacapan por ser los jóvenes más cercanos al promedio de edad y pertenecer a la misma localidad de los jóvenes entrevistados en la fase cualitativa de la investigación.

La muestra se calculó con el software Raosoft con una población de 309 jóvenes, unmargen de error de 5%, un 95% de confianza y una distribución de respuesta de 80% lo que dio un tamaño de muestra de 138 jóvenes.

El levantamiento de la encuesta se llevó a cabo en los salones de segundo y tercer grado de la única secundaria que existe en la cabecera de la mencionada localidad.

El instrumento elaborado para la parte cuantitativa de la investigación fue un cuestionario cerrado de 39 preguntas estructurado en 8 apartados:

Operacionalización de variables

Tema	Objetivo
I. Datos demográficos	Identificar la edad, género, idioma, escolaridad y lugar de residencia del encuestado.
II. Datos socioeconómicos	Conocer sobre el estado socioeconómico de los jóvenes encuestados
III. Consumo de televisión	Señalar el nivel de consumo de la televisión en general
IV. Consumo de telenovelas	Señalar el nivel de consumo de las telenovelas en particular
V. Opinión pública	Averiguar los asuntos de interés, las preocupaciones y los problemas de la comunidad de los encuestados
VI. Relación entre la opinión pública y la ficción televisiva	Identificar los asuntos de interés, preocupaciones y problemas de su comunidad y la relación que éstos tienen con la recepción de la ficción televisiva.
VII. Televisión y grupos originarios	Constatar si han visto personajes indígenas en la televisión así como el significado para ellos.
VIII. Identidad étnica	Conocer el grupo étnico con el que se identifican, el grado de compromiso y la exploración hacia su identidad étnica.

Capítulo V. Análisis e interpretación de resultados

5.1 Resultados de la fase cualitativa de investigación

Se llevaron a cabo 10 entrevistas a profundidad siguiendo la técnica no probabilística bola de nieve, en las que cabe mencionar las siguientes generalidades:

- Todos son jóvenes de la localidad de San Miguel Tzinacapan.
- Todos se auto-identificaron como pertenecientes a la etnia nahua.
- Todos afirmaron hablar español y náhuatl.
- Todos son estudiantes.
- Todos mencionaron a la contaminación como uno de los problemas que tiene su comunidad.
- Todos son de escasos recursos.

Dentro de los jóvenes nahuas entrevistados hubo ocho mujeres y dos hombres, cuyas edades oscilaron entre los 14 y 19 años de edad y estudian la secundaria o el bachillerato.

En lo que respecta a sus concepciones sobre la televisión y la ficción televisiva los jóvenes nahuas que no ven la televisión explicaron que es porque no tienen, no les gusta o les quita tiempo, aunque afirmaron que cuando estaban más pequeños si la veían.

Los jóvenes que si ven la televisión lo hacen para informarse, entretenerse, divertirse y para aprender cosas nuevas. Afirmaron que ellos se sienten bien al informarse de lo que pasa en el mundo, ver cosas diferentes, pasar un rato con la familia y reír.

Usualmente ven la televisión en familia, pues en la mayoría de los entrevistados solo contaban con un televisor y sus casas no tienen cuartos ni separaciones, aunque algunos afirmaron verla juntos por el solo hecho de convivir en familia. La ven después las clases por las tardes y algunos hasta en la noche después de concluir con sus deberes del hogar y con la tarea.

Que vean televisión no garantiza que los jóvenes le den un lugar determinante en su vida diaria, pues algunos afirmaron que la ven con reserva ya que les quita tiempo que podrían ocupar haciendo cosas de mayor provecho, otros restaron importancia al aparato, como en la entrevista #7 donde se respondió:

> "No, porque no todo el tiempo es importante ver la televisión y hay otras cosas muy importantes que hacer, no solo en la televisión me voy a enterar, sino comprar el periódico y ver lo que está ocurriendo" (María, 17 años)

Sin embargo, otros si le dieron un lugar importante en su vida diaria por la necesidad de informarse y entretenerse. Además los jóvenes solo recomendarían ver la televisión por el género informativo, pues según ellos el género ficción no enseña nada y aparte los distrae de sus quehaceres y les hace perder el tiempo. La respuesta en la entrevista #9 es clara muestra de ello:

"Si, porque así todo el pueblo está informado sobre los demás países […] A la vez no porque pues hay veces que los niños ven las telenovelas o caricaturas y se quedan sin hacer la tarea, llegan y luego luego a la tele" (Blanca, 16 años).

Sobre los programas más vistos por los jóvenes, las películas, las novelas y las noticias fueron los más mencionados, la búsqueda de información y entretenimiento fueron las razones aludidas.

Dentro del género ficción, las telenovelas fueron las más vistas por los jóvenes, las historias de amor y temas juveniles los de su mayor agrado. Los jóvenes que platican sobre el contenido de las telenovelas lo hacen con sus compañeros en la escuela y con sus familiares en casa aunque esta práctica no es generalizada entre todos.

Es de resaltar que los jóvenes que no asignaron un lugar determinante en su vida diaria a las telenovelas manifestaron tener otras ocupaciones más importantes, así como expresar que las telenovelas les muestran cosas que no deben de hacer. Las mismas razones fueron argüidas para contestar si recomendarían ver las telenovelas a alguien más:

"No, porque es un pasatiempo, que se le dedica tiempo y no tiene sentido, porque es una caja idiota que no se valora nada y tratan cosas de amor y tienen temas que no valen la pena, […] por ejemplo la violencia, drogadicción, sexualidad, pornografía, no valen la pena y sería mejor dedicar ese tiempo a otras cosas" (Antonia, 14 años).

En el apartado sobre la identidad étnica algunos jóvenes nahuas expresaron sentirse muy fuertemente ligados hacia su grupo étnico, las razones que enlistaron fueron su vestimenta, su lengua y sus tradiciones. Asimismo el uso de la ropa, hablar náhuatl y seguir practicando las costumbres y tradiciones son las cosas que les ayudan a ellos a entender mejor su origen étnico.

Usualmente ellos hablan con sus abuelos para aprender más sobre sus tradiciones culturales y con sus maestros en la escuela para enseñarles su lengua y tradiciones, cabe mencionar que los maestros a los que se refieren son egresados de escuelas normales de otras regiones del estado o de otras entidades que no hablan el náhuatl.

Para ellos conservar su raíz étnica es muy importante y significa mucho, como lo muestran las respuestas en la entrevista #5 y #7:

> "Si, significan conservar mi cultura, para que así se pueda en el futuro todavía recordar mi lengua, mi vestimenta, mis medios de transporte, la medicina tradicional" (Francisca, 14 AÑOS).

> "Significan mucho y me distinguen de los demás, pues yo nací en un pueblo indígena, y eso, claro no quiere decir que yo sea diferente a los demás, somos iguales ante la ley, seamos hombres o mujeres" (María, 17 años).

Algunos respondieron estar poco o nada ligados con su grupo étnico, la pérdida de costumbres y el uso de vestimenta no tradicional o la práctica de una religión diferente a la católica son las razones que explican tal circunstancia:

"Más o menos, porque yo no visto la ropa típica y no uso la mismas costumbres como el de tener una altar, porque mi mamá es de otra religión" (Estela, 16 años).

En el apartado sobre la opinión pública y recepción televisiva los jóvenes comentaron que los problemas que tiene su comunidad son la contaminación, la tala de árboles y otros que tienen que ver con el medio ambiente. También mencionaron la pérdida de costumbres, la pérdida de su lengua, la pobreza y la falta de apoyo al campo como otros problemas de la comunidad.

En este apartado es pertinente resaltar que todos los jóvenes entrevistados mencionaron a la contaminación como uno de los problemas que más afecta a su comunidad.

En lo que respecta a los asuntos de interés de los jóvenes nahuas las respuestas incluyeron cómo resolver los problemas de contaminación, conocer más sobre su grupo étnico y cultura, sobre su educación y su futuro. Además sobresale el interés por saber lo que pasa en el país, así como por hechos coyunturales:

"Sobre los 43 muchachos que desaparecieron[16], porque no hay una explicación clara y precisa de lo que paso, el por qué se los llevaron" (María, 17 años).

A los jóvenes les interesa saber sobre los acontecimientos que suceden en el país por ser situaciones que pueden tener repercusión en sus vidas.

[16] Sobre los 43 jóvenes normalistas desaparecidos en Iguala, Guerrero la noche del 26 de septiembre del 2014.

Las principales preocupaciones que tienen los entrevistados son los asuntos antes mencionados como la contaminación de su comunidad, la pérdida de la cultura, su futuro y lo que pasa en el país.

Al indagar la relación entre la ficción televisiva y la opinión pública las respuestas fueron variadas. Los valores culturales, las tradiciones, hábitos y el idioma forman parte de las diferencias que ellos señalan que existe con la televisión en general, además las cuestiones de discriminación se hacen notar en este apartado:

> "No, no se parecen, no se parecen las casas, ni las carreteras, la forma de organización de las personas de allá y de aquí son muy diferentes, en la ciudad si va un indígena hay mucha discriminación y la persona que va allá (a la ciudad) su comportamiento no va a ser igual a los de allá" (Francisca, 14 años).

Algunos opinan que lo que pasa en las telenovelas es muy diferente a la realidad de ellos, además de la obvia distinción entre el campo y la ciudad, los escenarios que ellos ven en las telenovelas van más allá del espacio geográfico:

> "No, se diferencian en el ambiente en que se vive, en las novelas es un ambiente más elevado, es la alta sociedad o es la clase social más alta, y aquí es la clase social más baja, más bajos recursos" (Antonia, 14 años).

Sobre si ellos encuentran relación entre las telenovelas y los problemas de su comunidad manifestaron que en algunas telenovelas se retoman cuestiones sobre contaminación pero también comentaron que en las telenovelas

los problemas son otros y las cuestiones de la comunidad no son retomadas por ellas.

Además es de resaltar que si las telenovelas se retoma algún asunto o problema relacionado con la comunidad, éstos son tratados de manera diferente de como sucede en la comunidad, las cuestiones culturales y los valores son los que están relacionados pero tratados de forma diferente:

> "Si, las tradiciones, pero no son las mismas, son semejantes, como el día de muertos, navidad […] Los de la tele nada más hacen, como decirlo, por ejemplo, el día de muertos ellos solo ponen las flores pero son artificiales y en la comunidad son naturales porque se siembran en la misma comunidad" (Blanca, 16 años).

En su opinión del contacto entre gente indígena y no indígena mediado por la televisión, varios apuntaron que es positivo ya que se comparten las tradiciones y costumbres y se aprende de otra cultura y otra lengua. No obstante para otros que el contacto intercultural sea a través de la televisión solo repercute dependiendo del público que ve la televisión, como se manifiesta en la entrevista #10:

> "No sé, porque algunos nos discriminan, por ser diferentes, por no hablar el mismo idioma, […] depende de cómo pienses, por ejemplo si, como algunos les gusta conocer a las personas, a la gente, conocer más de su idioma, respetarlos, cada quien tiene su forma. Entonces a la vez puede ser bueno o puede ser malo, porque a la vez puede que lo discrimines pero puede también que te interese saber más" (Guadalupe, 19 años).

Asimismo los jóvenes reportaron que significa mucho verse representados en la televisión como lo han experimentado en algunos comerciales del gobierno en donde se han mostrado a personas hablar alguna lengua originaria de México, aun cuando no es la lengua náhuatl. Ellos no solo se ven reflejados así mismos sino también ven reflejada y engrandecida su cultura, su lengua y sus tradiciones.

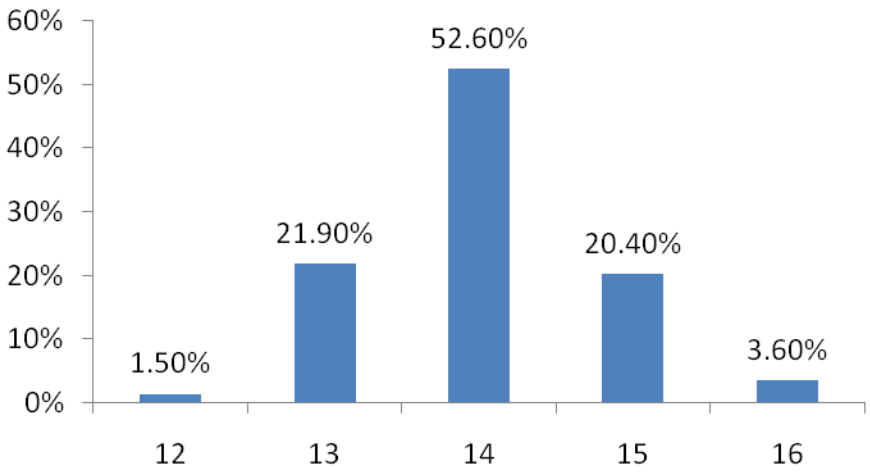
5.2 Resultados de la fase cuantitativa de la investigación

5.2.1 Datos demográficos

Las encuestas fueron levantadas en la única escuela secundaria de la cabecera de la localidad de San Miguel Tzinacapan, a la que asisten jóvenes de diferentes localidades incluida la propia cabecera municipal de Cuetzalan del Progreso.[17]

En el apartado de los datos demográficos se reportó que la mitad de los jóvenes tienen 14 años cumplidos (gráfica 1).

Gráfica 1. Edad de los jóvenes



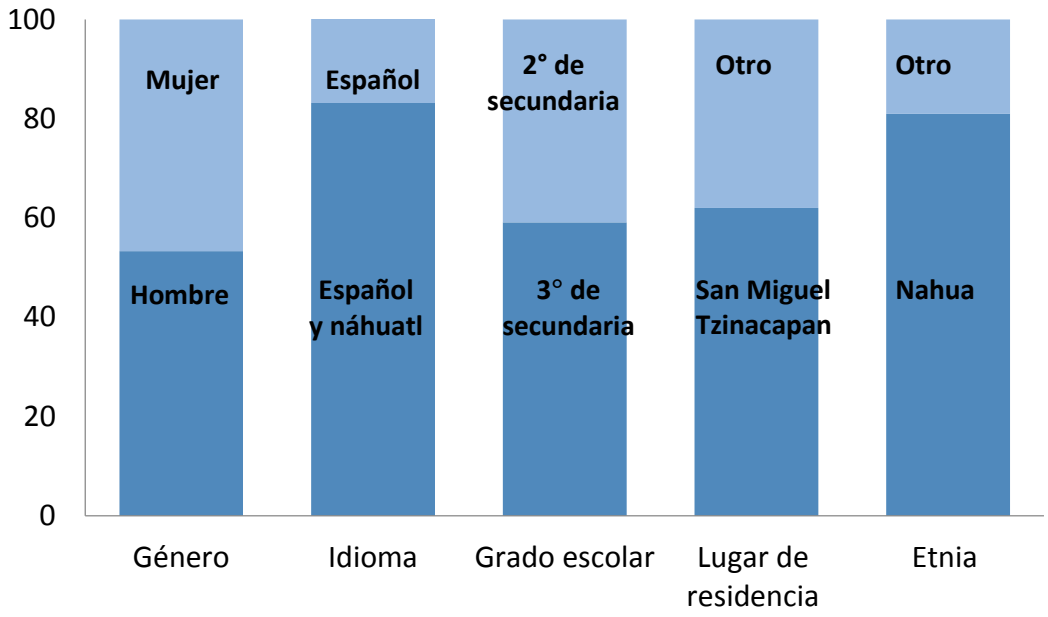
Base: Todos los jóvenes entrevistados (138).

Los encuestados varones fueron más que las mujeres 53.3% y 46.7%, respectivamente. El 83.2% afirmó hablar español y náhuatl mientras que el 16.7%

[17]Aunque no todos los jóvenes encuestados afirmaron ser nahuas, casi el 90% afirmó serlo, por lo que hacer el análisis juntando las respuestas de los nahuas y de los mestizos no afecta significativamente los resultados (se realizó el análisis por separado para corroborar esta afirmación). Por tanto, en esta fase de la investigación se les señala al conjunto como "jóvenes nahuas de Cuetzalan".

habla solo el idioma español. El 59% estudia en tercer grado de secundaria y el 41% segundo grado. Asimismo el 62% de los jóvenes viven en la localidad de San Miguel Tzinacapan mientras que el resto son de otra localidad. Además el 81% se auto-identificó como perteneciente al grupo étnico nahua (ver gráfica 2).

Gráfica 2. Datos demográficos

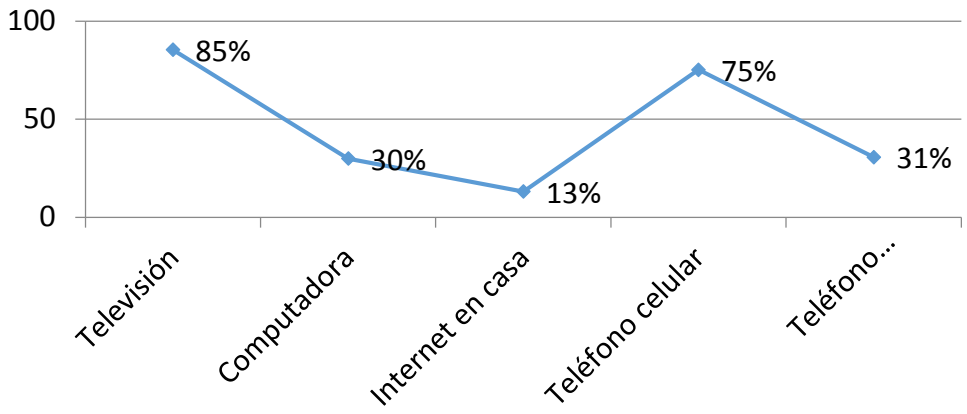


Base: Todos los jóvenes entrevistados (138).

5.2.2 Datos socioeconómicos

Sobre el estado socioeconómico de los jóvenes nahuas de Cuetzalan resalta que el 85% cuenta con televisión en casa, el 30% contestó tener computadora pero solo el 13% afirmó tener internet en casa. Sobresale la cantidad de jóvenes con teléfono celular propio (75%) en los que sólo el 31% son teléfonos inteligentes (ver gráfica 3).

Gráfica 3. Datos socioeconómicos



Base: Todos los jóvenes entrevistados (138)

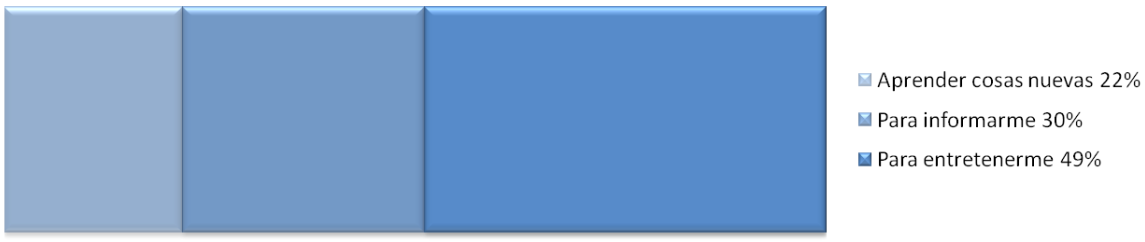
5.2.3. Consumo de la televisión

La cifra de los jóvenes que afirmaron no ver televisión es de 28%. Dentro de las razones por las que señalaron no ver la televisión fueron que les quita tiempo (43%), no les gusta (28%), no es importante (13%), no tienen (13%) y otras (2%) (Ver gráfico 4).

Base: Todos los jóvenes entrevistados que dijeron no ver televisión (37)

Los jóvenes entrevistados que ven televisión son el 72%. Las razones atribuidas a ver la televisión fueron en primer lugar la búsqueda de entretenimiento/diversión con un 49%, en segundo lugar la búsqueda de información (30%) y por último para aprender cosas nuevas (22%). Cabe mencionar que en varias preguntas del instrumento cuantitativo se agregó la opción "otra/otro" para que el joven encuestado pudiera escribir alguna otra respuesta que no estuviera enlistada en el cuestionario, sin embargo, salvo escasas excepciones, los jóvenes encontraron la mejor respuesta en el cuestionario y no tuvieron que escribir una nueva.

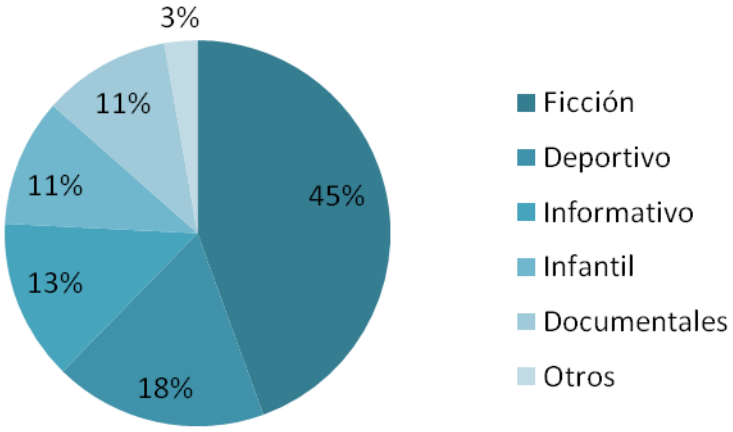
Gráfico 5. Razones por las que ven televisión



Base: Todos los jóvenes entrevistados que ven televisión (99)

En cuanto al consumo por género, se encontró que el género ficción (compuesto por telenovelas, teleseries y películas) es el más visto por los jóvenes, seguido por el género deportivo. En tercer lugar destaca el género informativo, seguido del género infantil y documental (ver gráfico 6).

Gráfico 6. Consumo por género



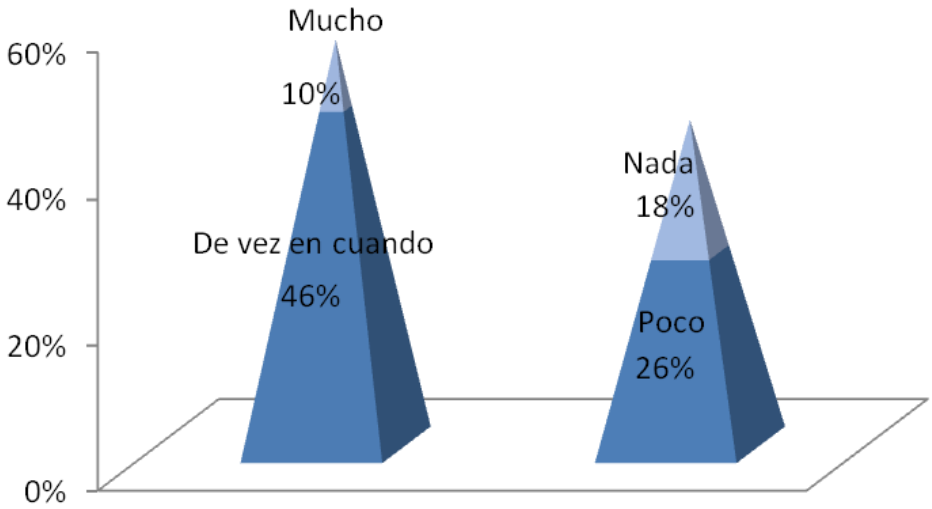
Base: Todos los jóvenes entrevistados que ven televisión (99)

Asimismo los jóvenes restaron importancia a dicho medio de comunicación pues la mayoría afirmó que la televisión es poco determinante en su vida diaria (79%).

5.2.4 Consumo de telenovelas

Como ya se ha mencionado el género ficción (telenovelas, teleseries y películas) es el más visto por jóvenes nahuas de Cuetzalan, en cuanto al formato de telenovelas los encuestados que manifestaron ver mucho las telenovelas fueron el 10%, mientras que de vez en cuando fue la respuesta más común con un 46%. Los jóvenes dijeron ver poco las telenovelas en un 26% y el 18% aseguraron no ver dicho formato (ver gráfico 7). Asimismo el 52% mencionó haber visto por lo menos alguna telenovela en los últimos 3 meses.

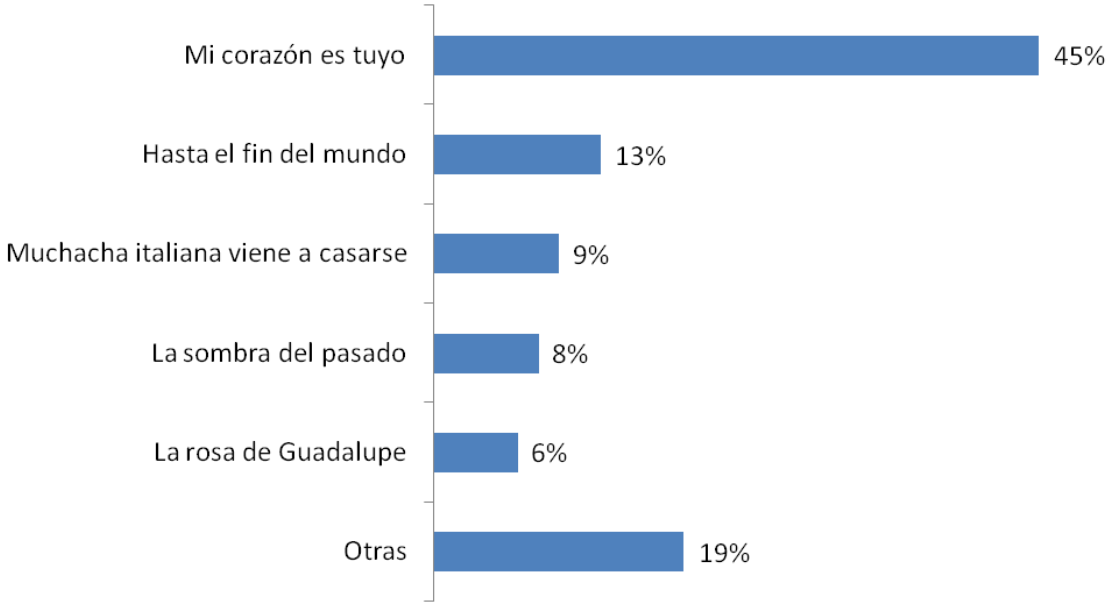
Gráfico 7. Frecuencia de consumo de telenovelas



Base: Todos los jóvenes entrevistados (138)

Las telenovelas más vistas por los jóvenes nahuas de Cuetzalan se muestran en la gráfica 8.

Gráfica 8. Telenovelas más vistas



Base: Todos los jóvenes entrevistados que contestaron la pregunta (64)

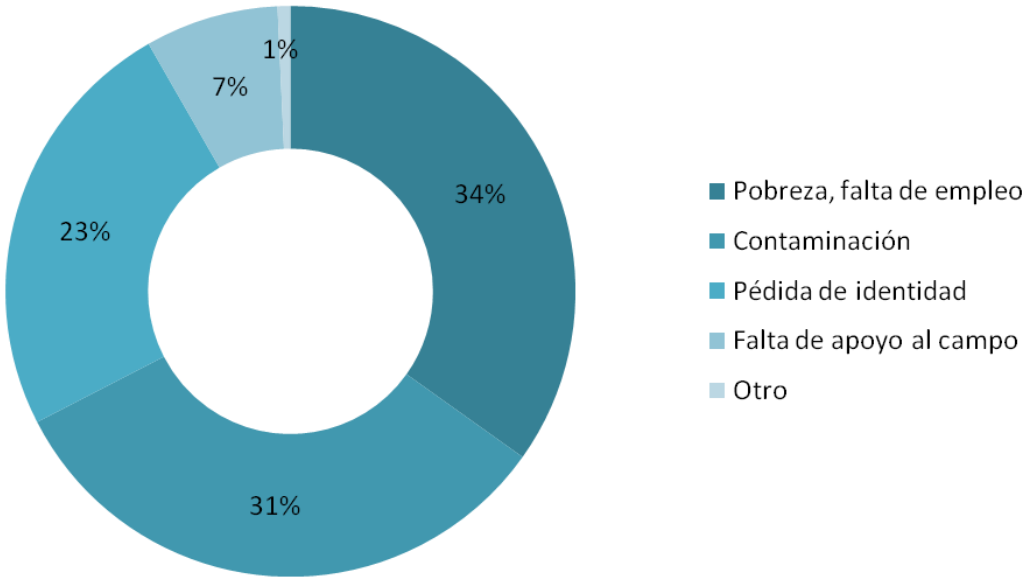
5.2.5 Opinión pública

En el rubro de la opinión pública de los jóvenes nahuas de Cuetzalan se les cuestionó sobre el principal problema que tiene su comunidad, así como sus principales intereses y preocupaciones.

Sobre la opinión que tienen los estudiantes acerca del principal problema que afecta a su comunidad, el más citado fue la pobreza y falta de empleo (34%), muy cerca lo sigue la contaminación con un 31%, respuesta que en las entrevistas a profundidad fue mencionada por todos los entrevistados. Más abajo en el orden de

menciones sigue el problema de la pérdida de la identidad y cultura representado el 23%. La falta de apoyo al campo obtuvo el 7% de las menciones (gráfica 9).

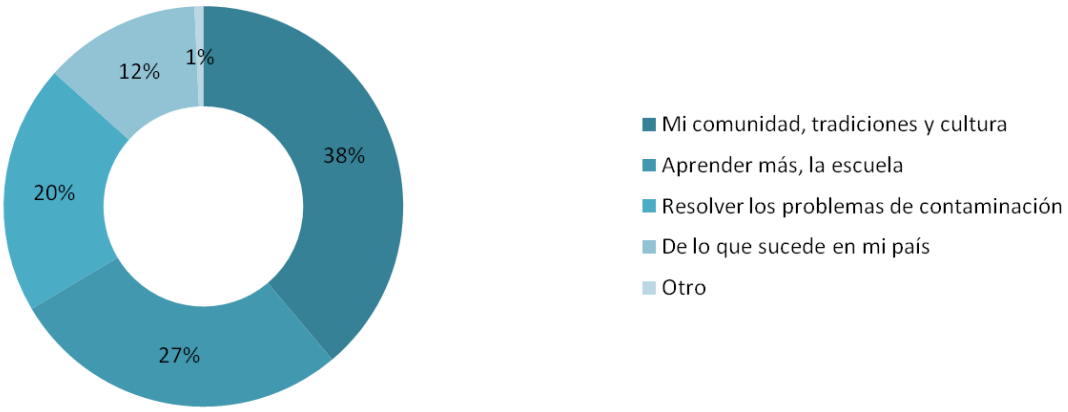
Gráfica 9. Opinión sobre el principal problema de la comunidad



Base: Todos los jóvenes entrevistados (138)

Acerca de los asuntos que a ellos les interesa saber más, los resultados arrojaron que su principal interés es conocer más sobre su comunidad, su cultura y sus tradiciones con porcentaje correspondiente al 39%. Mientras que el interés por aprender más y por la escuela ocupa la segunda posición en el listado (27%). Resolver los problemas de contaminación también es asunto de interés para ellos y obtuvo un porcentaje de 20%. El interés por lo que sucede en el país también es un asunto que respondieron los jóvenes y obtuvo el 12% de las contestaciones (ver gráfica 10).

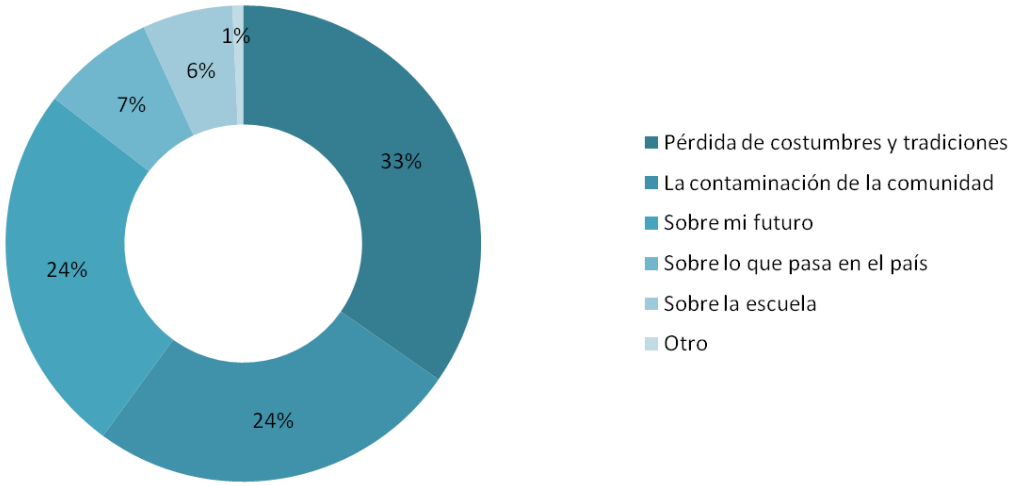
Gráfica 10. Opinión sobre el asunto de mayor interés de los jóvenes de Cuetzalan



Base: Todos los jóvenes entrevistados (138)

Dentro de las principales preocupaciones que tienen los jóvenes nahuas de Cuetzalan está la pérdida de las costumbres como primer lugar con un 33% mientras que en segundo lugar aparecen la contaminación de la comunidad y la preocupación sobre su futuro con 24% para ambos. La preocupación sobre lo que pasa en el país y la preocupación por la escuela tuvieron un 7% y 6% respectivamente (ver gráfica 11).

Gráfico 11. Opinión sobre la mayor preocupación de los jóvenes de Cuetzalan



Base: Todos los jóvenes entrevistados (138)

5.2.6 Relación entre la opinión pública y la ficción televisiva

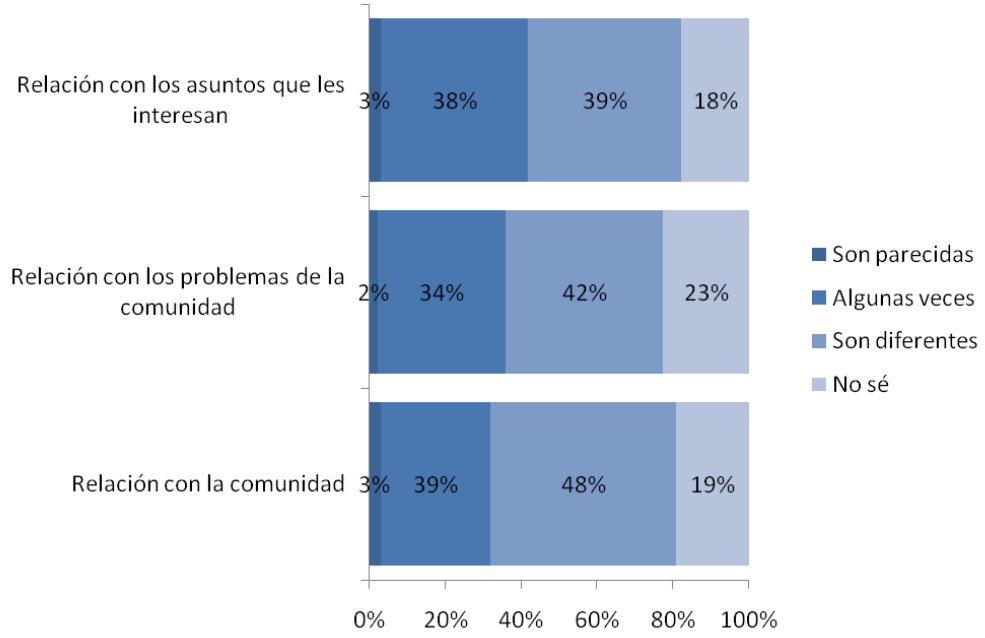
En este apartado se les pregunta a los jóvenes que si sienten que existe relación entre los asuntos que les interesan, entre su comunidad y entre los problemas de ésta con las telenovelas que ven.

La relación entre las telenovelas y los asuntos que a ellos les interesan sufrió un leve cambió respecto a las preguntas anteriores. La respuesta más marcada siguió siendo la de señalarla como muy diferentes con un 39% pero esta ocasión los jóvenes contestaron que algunas veces si son parecidas en un porcentaje más cercano a la primera respuesta con un 38%, mientras que los que afirman que si son parecidas no pudieron alcanzar el 3% y 16% no supieron la relación (ver gráfico 12).

En lo que respecta a la relación de las telenovelas con los problemas de su comunidad, las cifras fueron bastante parecidas a la pregunta anterior. El primer lugar fue la contestación "muy diferentes" con un 41%. Un tercio respondió que en algunas ocasiones y el 2% manifestó que son parecidas y un 22% tampoco supo el grado de relación (ver gráfico 12).

En cuanto a la relación con la realidad de su comunidad los jóvenes opinaron que las telenovelas distan mucho de su entorno (48%). Mientras que el 29% afirmó que en algunas ocasiones y tan solo el 3% declaró que si son parecidas. Cabe destacar que un gran número de estudiantes no supo el grado de relación entre la realidad de su comunidad y la telenovela (19%), (ver gráfico 12).

Gráfico 12. Relación de la opinión pública y la ficción televisiva en los jóvenes de Cuetzalan



Base: Todos los jóvenes entrevistados (138).

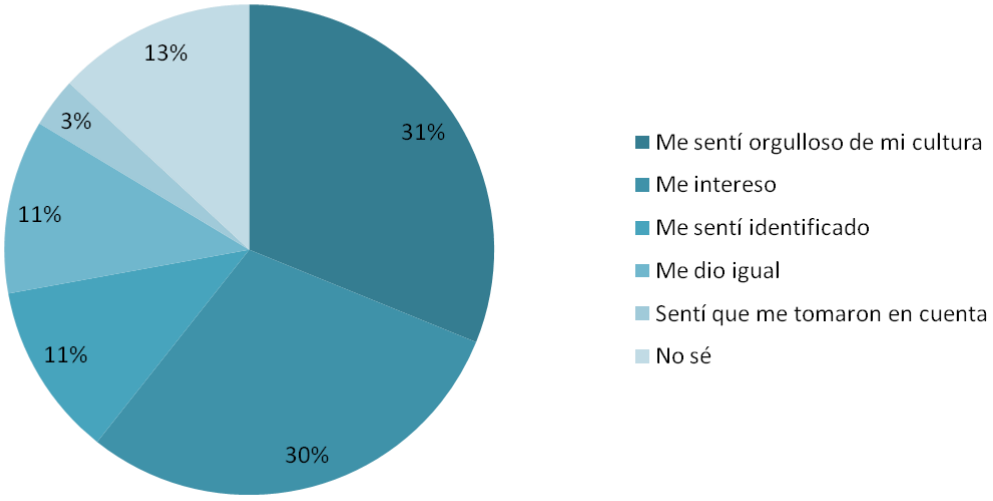
5.2.7. Televisión y grupos originarios

En este apartado se buscó constatar si han visto personajes indígenas en la televisión así como el significado que fue para ellos verlos. Además de conocer la razón por la cual ellos creen que no pasan a personajes aborígenes en la televisión.

Los jóvenes nahuas de Cuetzalan que declararon haber visto a algún personaje indígena en la televisión fueron menos que los que no lo han visto, los primeros son del valor de 44% y los segundos del 56%.

De los que afirmaron haber visto algún personaje indígena en la televisión el 31% manifestaron sentirse orgullosos de su cultura, así como al 30% les pareció interesante ver a un indio en la pantalla chica, el 11% se sintieron identificados al verlo mientras que a la misma cantidad les dio igual. También contestaron sentirse tomados en cuenta al ver a un personaje parecido a ellos en la televisión (ver gráfica 13).

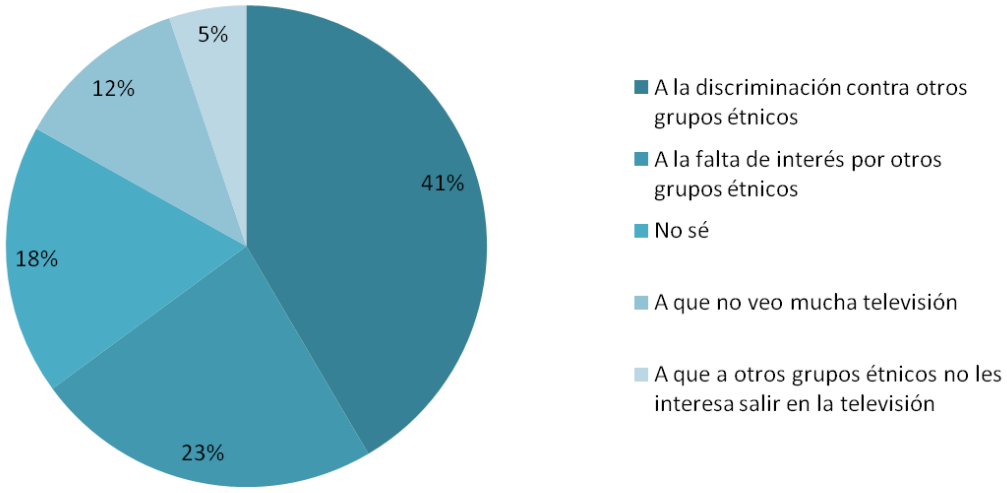
Gráfica 13. Significado al ver a un personaje indígena en la televisión



Base: Jóvenes entrevistados que afirmaron ver algún personaje indígena en la televisión (61).

Los que respondieron no haber visto algún personaje indio en la televisión señalaron como la principal razón a la discriminación que existe contra otros grupos étnicos (42%), mientras que la respuesta que ocupó el segundo lugar fue la falta de interés por otros grupos étnicos (23%). La respuesta "no sé" fue la tercera más respondida con el 18%. Mientras que otra de las explicaciones que señalaron los jóvenes fue a que no ven mucha televisión y la menos señalada fue la de que a otros grupos étnicos no les interesa salir en la televisión con un 5% (ver gráfico 14).

Gráfico 14. Razones por las que no han visto indígenas en la televisión



Base: Jóvenes entrevistados que no han visto algún personaje indígena en la televisión (76).

5.2.8 Identidad étnica

Por último en este apartado se buscó conocer el grupo étnico con el que se identifican, el grado de compromiso y la exploración hacia su identidad étnica.

Este apartado se basó en las investigaciones realizadas por Phiney y Ong (2007) sobre la manera científica de investigar el grado de identificación de un individuo con su grupo étnico. Phiney llamó su método como "Escala de Identidad Étnica Multigrupo, que consiste en seis preguntas (una abierta y cinco cerradas) en las que se busca, en primera instancia, que el individuo se auto-identifique como miembro de alguna etnia y después conocer el grado de compromiso y la exploración que tiene hacia su grupo étnico.

La primera pregunta es abierta y es pedirle al encuestado que escriba el grupo étnico al que pertenece. Las otras cinco preguntas cerradas manejan una escala de Likert en su respuesta que va desde estar fuertemente de acuerdo (5), de acuerdo (4), neutral (3), en desacuerdo (2) y fuertemente en desacuerdo (1). Las respuestas se suman y se saca el promedio por las cinco preguntas, mientras mayor sea el resultado más identificado con su grupo étnico estará el individuo.

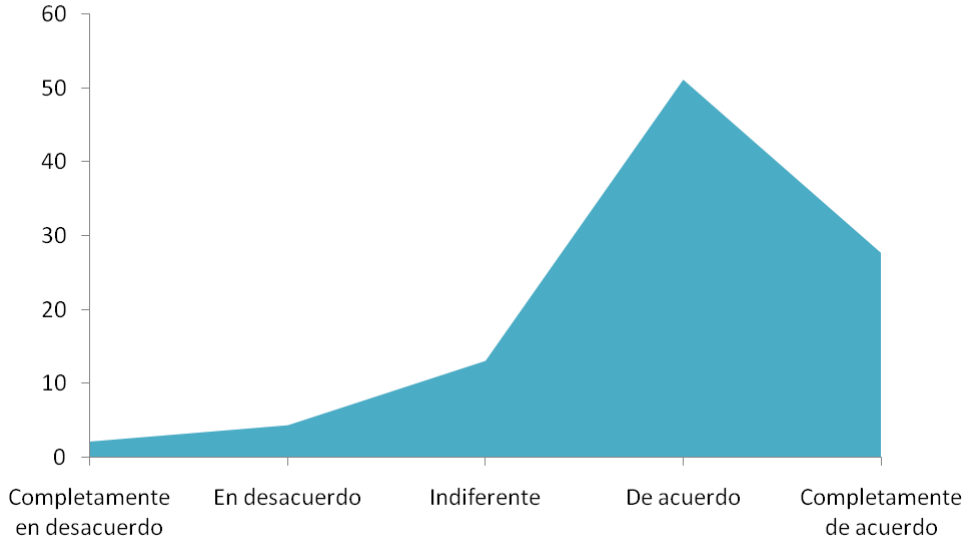
Dos preguntas se refieren al grado de compromiso o vínculo que tienen con su grupo étnico y tres preguntas con el grado de indagación o exploración que el individuo ha realizado sobre su origen.

Es importante mencionar que esta prueba se realiza para cualquier grupo étnico por lo que el grado de identificación étnica reportado aquí es indistinto de si el encuestado afirmó ser nahua o mestizo.

Como se describió antes, el 81% se auto-identificó como perteneciente al grupo étnico nahua, el resto se definió como mestizo o no respondió la pregunta.

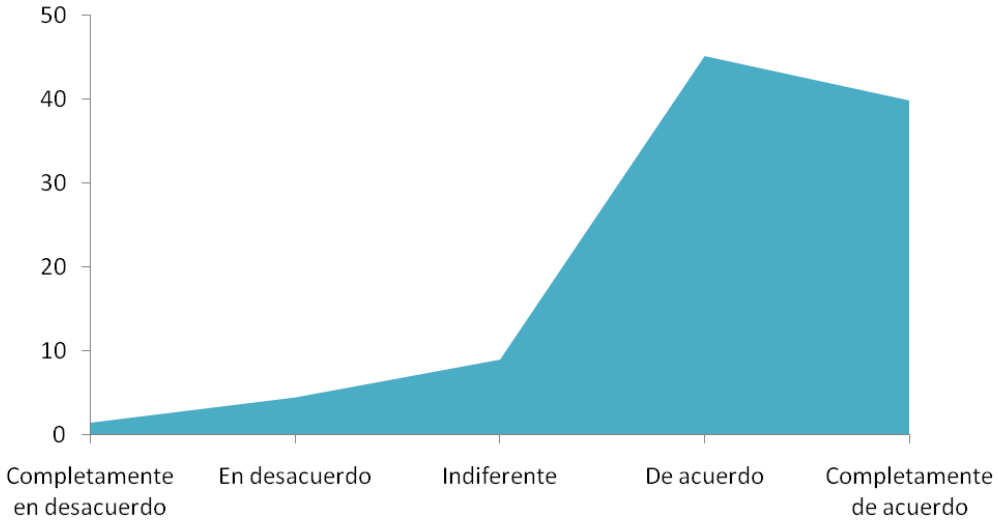
Las gráficas 15, 16 y 17 muestran las tres preguntas que tratan sobre el grado de exploración del individuo hacia su grupo étnico y las respuestas de los jóvenes.

Gráfica 15. He pasado tiempo investigando más sobre mi grupo étnico, como historia, tradiciones y costumbres



Base: Todos los jóvenes entrevistados (138)

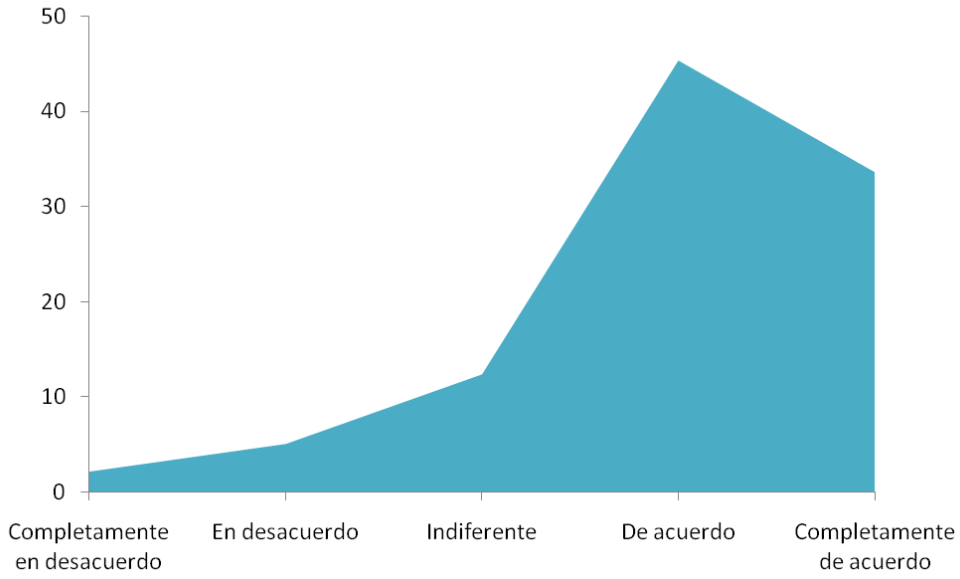
Gráfica 17. Con el fin de aprender más sobre mi tradición cultual, he conversado con otras personas acerca de mi origen étnico.



Base: Todos los jóvenes entrevistados (138)

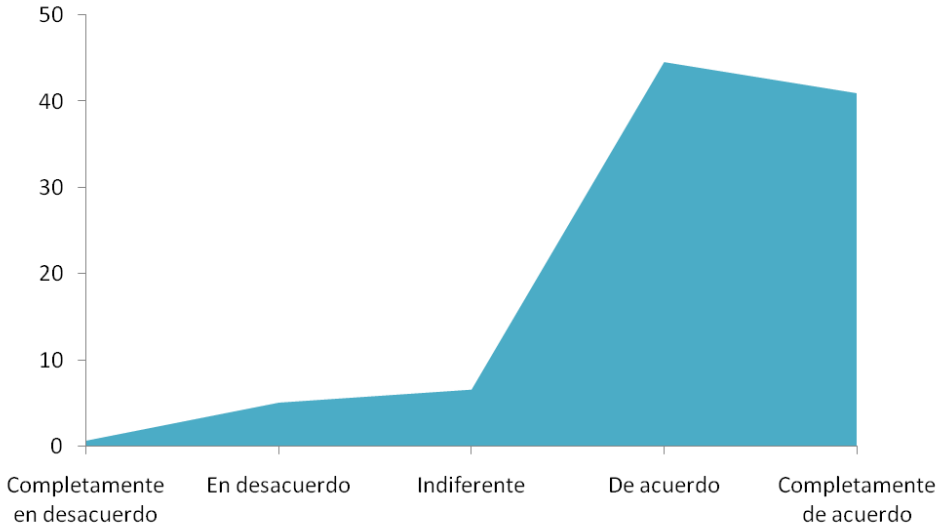
Las dos preguntas restantes son las que buscan conocer el grado de compromiso que tiene el individuo con su grupo étnico y se muestran en las gráficas 18 y 19.

Gráfica 18. Me siento fuertemente ligado a mi grupo étnico.



Base: Todos los jóvenes entrevistados (138)

Gráfica 19. Estoy consciente de lo que mi grupo étnico significa para mí.



Base: Todos los jóvenes entrevistados (138)

Como se ha observado, los jóvenes nahuas de Cuetzalan tienen un gran sentido de identidad étnica, ya que tanto en las preguntas de exploración como de compromiso con el grupo étnico han respondido con promedios muy altos. Es importante señalar el grado de identificación étnica para asegurar que el presente estudio se está realizando con jóvenes que no solo afirman ser indígenas sino se ha probado también que tienen un gran arraigo por su origen y su cultura.

Capítulo VI. Conclusiones generales

Tras proponer en esta tesis conocer la relación entre el consumo de la ficción televisiva y la formación de la opinión pública en los jóvenes nahuas del municipio de Cuetzalan del Progreso se emprendió un trabajo arduo de investigación en áreas poco exploradas en México. Los estudios científicos sobre la ficción televisiva, los de la opinión pública y los de los pueblos indígenas son relativamente recientes en el país y acerca de los dos últimos, son escasos.

No obstante, una investigación que pretenda explicar el vínculo entre las audiencias de jóvenes aborígenes, los estudios de recepción y la opinión pública representa un intento por abrir el debate académico sobre el papel de los medios de comunicación y los procesos de formación de opiniones en los pueblos originarios. Cabe mencionar que aunque se han hecho investigaciones que relacionen estos puntos, esta tesis presentó la opinión de una audiencia indígena, opinión prácticamente invisible en la academia en general y pocas veces retomada en los propios estudios sobre pueblos indígenas.

La construcción de un marco teórico y contextual para la presente investigación sirvió de guía en la elaboración de un marco metodológico mixto que permitiera abordar la perspectiva cuantitativa de las teorías de la opinión pública y la perspectiva cualitativa de los estudios de recepción de las audiencias e ir subsanando las limitaciones de ambos métodos.

Además, la implementación del modelo para desarrollar instrumentos, que parte de la fase cualitativa, sirvió de base para un instrumento cuantitativo fundado en las visiones, experiencias y lenguaje de los participantes y no solo en la perspectiva del investigador, posibilitando a su vez, un análisis más delimitado en cuanto a la diversidad de cuestiones que abarca la opinión pública y los estudios de recepción de las audiencias.

Prueba de lo anterior es que en varias preguntas del instrumento cuantitativo se agregó la opción "otra/otro" para que el joven encuestado pudiera escribir alguna otra respuesta que no estuviera enlistada en el cuestionario, sin embargo, salvo muy escasas excepciones, los jóvenes encontraron la mejor respuesta en el cuestionario y no tuvieron que escribir una nueva. Lo que demuestra la importancia del método cualitativo para complementar el trabajo cuantitativo en los estudios de opinión pública.

Para concluir en términos generales este estudio, se deben de tomar en cuenta los siguientes señalamientos que surgieron después del análisis de resultados:

- Las dos fases de investigación se llevaron a cabo en la localidad de San Miguel Tzinacapan del municipio de Cuetzalan del Progreso, Estado de Puebla.
- Todos los participantes fueron jóvenes estudiantes. Los jóvenes nahuas entrevistados estudiaban entre segundo grado de secundaria y tercero de bachillerato. Mientras que los encuestados cursaban entre segundo y tercero

de secundaria. Algunos de los entrevistados fueron encuestados después, por lo que algunos nahuas participaron en las dos fases de la investigación.

- En la fase cualitativa de investigación todos los entrevistados se auto-identificaron como pertenecientes a la etnia nahua. En la fase cuantitativa los que hicieron lo mismo fueron la mayoría (81%).
- La televisión y el teléfono celular son aparatos muy comunes entre los participantes. Sin embargo, las computadoras, el teléfono inteligente y el internet son escasos entre ellos.
- La mayoría de los jóvenes participantes declaró ver con regularidad la televisión, las razones más mencionadas fueron la búsqueda de entretenimiento e información. Mientras que los que no ven este aparato lo hacen porque les quita tiempo o no les gusta. Además la mayoría afirmó que la televisión es poco determinante en su vida diaria.
- Los horarios más comunes para ver la televisión son en las tardes y las noches, después de la escuela y de los deberes del hogar.
- El género televisivo más visto es el de ficción, mientras que más de la mitad de los jóvenes afirmó ver con frecuencia telenovelas. La novela que más ven los jóvenes es la llamada *Mi corazón es tuyo* de la empresa productora Televisa.
- El problema mencionado por todos los jóvenes entrevistados fue la contaminación de la comunidad, sin embargo, en la fase cuantitativa los jóvenes respondieron que el problema que afecta más afecta su comunidad es la pobreza y la falta de empleo, sin embargo, la contaminación es el

segundo problema más mencionado con una diferencia del 2%. Mientras que la pérdida de la identidad apareció como el tercer problema.

- Los asuntos que más les interesas saber a los jóvenes son sobre las tradiciones y costumbres de su comunidad, aprender más en la escuela y sobre cómo resolver los problemas de contaminación.
- Las principales preocupaciones de los estudiantes son la pérdida de las costumbres y tradiciones, la contaminación de su comunidad y el futuro de los jóvenes.
- Casi la mitad de los jóvenes mencionaron que existe poca relación entre lo que pasa en las telenovelas y su comunidad. Las diferencias encontradas por los jóvenes en las telenovelas que ven y su comunidad son: el ambiente urbano, los hábitos, la vestimenta, el lenguaje y la opulencia mostrada por los personajes y actores de las telenovelas. En comparación con el entorno rural de Cuetzalan, el náhuatl, la vestimenta tradicional, las costumbres nahuas y la extrema pobreza de los jóvenes.
- Los problemas de la comunidad y lo que ven en las telenovelas aparece también señalado en mayor proporción como diferente. Aunque algunos aseguraron que el problema de la contaminación es retomado por algunas telenovelas.
- En lo que respecta a los asuntos que les interesan y lo que pasa en las telenovelas la constante es que son diferentes, sin embargo muy cerca está la respuesta de que algunas veces si se parecen. Es necesario resaltar que si en las telenovelas se retoma algún asunto relacionado con la comunidad,

el asunto es tratado de manera diferente, como las cuestiones culturales y los valores.

- Para los jóvenes de Cuetzalan es interesante ver a un personaje indígena en la televisión, se sienten identificados y orgullosos de su cultura, para ellos es importante verse y escuchar su lengua y lo reconocen como una oportunidad para dar a conocer su lengua y su cultura. Aunque saben que en algunas ocasiones provoca que sean objeto de burla y discriminación.
- La discriminación y la falta de interés hacia otros grupos étnicos son algunos de los motivos por los que los jóvenes nahuas piensan que los grupos aborígenes no aparecen en la televisión, algunos contestaron que es porque los grupos étnicos indígenas no les interesa salir en la pantalla.
- Los jóvenes nahuas se sienten fuertemente identificados con su origen étnico. El vínculo y el interés mostrado que tienen hacia su cultura es de resaltar en esta investigación.

En base a estos señalamientos se afirma que:

A pesar de que la mayoría de los jóvenes nahuas de Cuetzalan consumen la televisión con regularidad, no ocupa un lugar determinante en su vida diaria. Además, los estudiantes nahuas ven la televisión principalmente para entretenerse, información que se confirma al ser el género ficción con el formato de telenovela lo más visto por ellos.

En lo que respecta a la opinión pública de los jóvenes nahuas de Cuetzalan, los principales problemas que ellos piensan que tiene su comunidad son la pobreza, la contaminación y la pérdida de identidad étnica, los asuntos que les interesan

saber son sobre su comunidad, sus tradiciones y cultura, aprender más en la escuela y sobre cómo resolver los problemas de contaminación, mientras que dentro de sus principales preocupaciones se encuentra la pérdida de costumbres, la contaminación y su futuro. Como se distingue, la contaminación, la identidad étnica y la situación económica presente y futura son constantes en la mente de los jóvenes nahuas.

La relación entre el consumo de ficción televisiva y la opinión pública es escasa, los asuntos de interés, la comunidad y sus problemas, son diferentes a lo que ellos observan en las telenovelas, con la excepción al problema de la contaminación. Además es pertinente recalcar que aunque se muestren en las telenovelas algunos asuntos relacionados con su comunidad, éstos suelen tratarse de manera diferente.

Asimismo, ver a indígenas en la pantalla significa sentirse identificados y orgullosos de su cultura, tomados en cuenta y una oportunidad para dar a conocer sus costumbres y su lengua. Sin embargo, la discriminación y la falta de interés hacia otros grupos étnicos, incluido el nahua, son cuestiones que desfavorecen el intercambio cultural y una mejor valoración hacia la gente aborigen.

Finalmente, los jóvenes demuestran estar fuertemente vinculados con su origen étnico y mantienen un gran interés por sus tradiciones y su cultura, lo que redunda en una identidad étnica muy enraizada.

Con respecto a la identificación de la relación entre el consumo de ficción televisiva y la opinión pública en los jóvenes nahuas del municipio de Cuetzalan del

Progreso, que constituye el objetivo general de la investigación, se concluye que, a pesar de que los jóvenes consumen en un grado alto la ficción televisiva, las telenovelas tienen escasa relación en la formación de su opinión pública debido a que lo que pasa en las telenovelas y los asuntos que les interesan, sus problemas y preocupaciones es diferente a lo que las telenovelas proyectan y en caso que se aproxime, el asunto es tratado de manera diferente a como es tratado en la comunidad nahua.

Por lo que se confirma el supuesto de partida de la tesis, debido a que a pesar del gran nivel de consumo del género ficción en los jóvenes mexicanos, una fuerte identidad étnica de los jóvenes nahuas interviene como mediación en el proceso de recepción de la ficción televisiva y su relación con la formación de la opinión pública, anteponiendo sus valores socioculturales a los mensajes de las telenovelas dando lo que origina una opinión pública más bien alejada del texto de dicho género.

En cuanto a los factores que intervienen en el proceso de formación de la opinión pública de los jóvenes de Cuetzalan en esta investigación se averiguó que lo que influye en la formación de la opinión pública de los jóvenes nahuas de Cuetzalan es su origen étnico y la realidad de su comunidad.

A su vez el papel que juega la recepción televisiva en la formación de la opinión pública de los jóvenes de Cuetzalan es de menor relevancia ya que las circunstancias de contaminación, la pérdida de costumbres y tradiciones y la pobreza, que constituyen la opinión pública de los jóvenes, tienen nulo o escaso vínculo con lo que los participantes ven en la ficción televisiva.

Mientras que la identidad étnica obtuvo un papel mayor en la formación de la opinión pública que la recepción de la ficción televisiva ya que los problemas, preocupaciones y asuntos de interés de los jóvenes nahuas están estrechamente relacionados con su origen étnico, su identidad cultural y su situación personal y la situación de la comunidad en la que se desenvuelven.

Por último, es importante mencionar que en términos de la teoría culturalista de la comunicación, el impacto de la ficción televisiva en los jóvenes nahuas de Cuetzalan es relativamente bajo. El mundo reflejado en la pantalla no altera de forma importante la visión de la realidad de su comunidad. En contraste con otros estudios que refuerzan la teoría culturalista, de esta investigación se puede concluir que, individuos con un fuerte arraigo étnico y cultural presentan una mayor resistencia al mundo reflejado por la televisión.

6.1 Consideraciones finales

En esta investigación se reconoce que el terreno de la opinión pública de los pueblos autóctonos de México es un campo muy poco explorado. A pesar del enorme esfuerzo realizado, esta investigación representa solo una pequeña parte del complejo panorama del estudio de los procesos de recepción de las audiencias indígenas y su relación con la formación de su opinión pública.

El presente trabajo es una modesta contribución a los estudios de recepción y de la opinión pública indígena en México que de ninguna manera pretende ser

irrefutable ni determinante, sino que es una invitación al dialogo científico abierto y de contrastación sobre estos temas.

Asimismo se reconoce que en el transcurso de la investigación surgieron nuevas interrogantes que deberán intentar ser respondidas en futuras investigaciones al respecto. Una de esas interrogantes pendientes es identificar cual es el origen de los problemas, intereses y preocupaciones, es decir, cuál es el origen de la opinión pública de los jóvenes nahuas de Cuetzalan. Además saber cuáles son los temas de las telenovelas que piensen que tienen que ver con su opinión pública.

Igualmente conocer la relación de la formación de la opinión pública y la recepción de otro género televisivo, el género informativo puede ser una gran oportunidad de investigación en las audiencias jóvenes nahuas.

Otro aspecto es buscar la relación del consumo de ficción televisiva en amas de casa indígenas o jefes de familia, la investigación se limita a jóvenes que por lo regular en todos los grupos sociales cuestionan las imposiciones establecidas y mantienen cierta distancia con la televisión y aún en particular con la ficción.

Otra interrogante surgida fue cuál es la opinión pública de los jóvenes nahuas respecto a un solo problema o asunto en particular, debido que aquí se tomaron cuestiones generales. En cuestión con la recepción de la ficción televisiva una pregunta que surgió es conocer qué es lo las audiencias indígenas buscan en las telenovelas o a la televisión mexicana en general.

Por último, de esta investigación se desprende una reflexión sobre la comunicación, la opinión pública y la ficción televisiva en relación con los pueblos indígenas.

Por un lado, tras una revisión de muchos textos e investigaciones sobre comunicación y cuestiones étnicas, se da cuenta de que la dicotomía discursiva mestizo/indígena es el equivalente a la dicotomía blanco/negro estadounidense o local/inmigrante europeo, en donde se demuestra que el fundamento para tal diferenciación no es la cultura, el color de piel o el lugar de origen, sino es la justificación para continuar la dominación ideológica (pero sobre todo económica) por parte de unos y la resistencia cultural (pero sobre todo orgánica[18]) por parte de otros, es decir, en términos que recoge Stuart Hall de Volosinov (Curran et al, 1998) es parte de una "lucha de clases en el lenguaje".

En lo que respecta a la opinión pública, se debe de reivindicar como una herramienta, no para la manipulación, sino para la liberación de las masas y la regulación del poder, pues como ya se apuntó anteriormente, la lucha por el control de la opinión pública es la lucha por el control del poder y la lucha por el control poder es la lucha por el control de la cultura. Como bien lo ha mencionado Cristina Fernández de Kirchner[19]:

[18]Por resistencia orgánica se refiere al significado puro de las palabras, es decir, la resistencia por la vida o la supervivencia.

[19]Discurso pronunciado en la inauguración del Museo de las Malvinas el 16 de junio de 2014 retomado de http://www.infobae.com/2014/06/10/1571825-al-inaugurar-un-museo-malvinas-cristina-afirmo-que-se-opuso-al-desembarco-del-82, revisado el 21 de noviembre de 2014.

"Sigo afirmando que la peor colonización, no es la militar ni la geográfica ni siquiera la económica. Todas esas se pueden llevar a cabo si previamente nos han colonizado culturalmente".

En cuanto a la contaminación como uno de los problemas que más preocupa a los jóvenes nahuas, no es de extrañarse que Evo Morales, un aborigen de otra latitud, invite al mundo a adaptar la experiencia indígena frente al cambio climático[20] o que el académico lingüista Noam Chomsky señale a la gente aborigen como los que están a la cabeza en la protección de la planeta[21].

En lo que respecta a la recepción de las audiencias, se hace un llamado a buscar la pluralización de las audiencias, aquí se ha dicho que la televisión es un medio homogeneizador que no reconoce la diversidad, Martin-Barbero (1987) ha expresado que lo que le ha hecho tanto daño a las audiencias latinoamericanas no es el modelo privatizador norteamericano, sino la tendencia a la constitución de un solo público.

Sin embargo, De Moraes (2011) ha demostrado que, de la mano de gobiernos latinoamericanos emanados de movimientos populares, otra televisión es posible. Como lo dijo el ex presidente venezolano Hugo Chávez en el año 2005 en

[20] Discurso del presidente boliviano Evo Morales Ayma en la ONU, retomado de http://www.telesurtv.net/news/Morales-llama-a-adaptar-experiencia-indigena-frente-al-cambio-climatico-20141208-0020.html, revisado el 14 de diciembre de 2014.
[21] Conferencia impartida por Noam Chomsky en la Universidad de Montreal, retomado de https://www.popularresistance.org/noam-chomsky-indigenous-people-are-in-the-lead/ revisado el 9 de febrero de 2015.

referencia a la televisora Telesur, la propuesta alternativa bolivariana de hacer televisión para rescatar la cultura y tradiciones de los pueblos del Sur[22]:

> "Porque es necesario que nosotros nos veamos nuestros rostros y oigamos nuestras voces".

[22] Discurso pronunciado en la contra cumbre por el No al ALCA en Argentina, retomado de https://www.youtube.com/watch?v=gmCr-M4HS3g revisado el 14 de julio de 2014.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Adorno, T. y Horkheimer, M. (1998). *Dialéctica de la Ilustración*. Madrid: Trotta.

Ahmad, A. (2009). Televiewing behavior and perception of the real world: cultivation model. *Gyanodaya, 1* (2), 1-5.

Ai Camp, Roderic et al (1997). *Encuestas y democracia: opinión pública y apertura política en México*. México: Siglo veintiuno editores.

Aguaded, J., Contín, S. (2004). Televisión e identidad indígena: Una comunidad rural de la Patagonia Argentina. *Comunicar, 22,* 71-79.

Avalos, S. (2010*). La reconstrucción de las identidades juveniles indígenas en la Sierra Norte de Puebla, México*. Tesis de maestría no publicada. Colegio de Postgraduados, Puebla.

Barroso, J. (2002). *Realización de los géneros televisivos*. Madrid: Síntesis.

Béjar, H. (1982). Rousseau: opinión pública y voluntad general. *REÍS 18*, 69-82.

Bonfil, G. (1988). La teoría del control cultural en el estudio de procesos étnicos.

Anuario Antropológico, 86, 13-53.

Bonfil, G. (1987). *El México Profundo, una civilización negada*. México: Grijalbo.

Bourdieu, P. (2000). La opinión pública no existe. *Cuestiones de Sociología*, *166*, 220-228.

Brown, S. (2001). *Mammies, jezebels and other controlling imagery: an examination of the influence of televised stereotypes on perceptions of an africanamerican woman.* Tesis de doctorado no publicada. Universidad de Georgia. Estados Unidos de América.

Canel, M., Llamas, J., Rey Lennon, F. (1996). El primer nivel del efecto agenda-setting en la información local: los 'problemas más importantes' de la ciudad de Pamplona. *Comunicación y sociedad*, *1* (9), 17-37.

Carabaza, J. (2002). El proceso de recepción de los mensajes televisivos en las mujeres de Saltillo, Coah. *Cuadernos de investigación, 29*, 7-112.

Carabaza, J. et al. (2009). El consumo de programación extranjera de la televisión nacional: una aproximación a la construcción de la identidad de los habitantes de Saltillo, Coahuila. *Global Media Journal México, 12*, 1-19.

CESOP. (2011). *Descripción sociodemográfica de la población hablante de lengua, adscrita como indígena y el resto de la población, a partir de los datos del Censo de Población y Vivienda 2010*. México: Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública. Cámara de Diputados, LXI Legislatura.

CDI-PNUD. (2006). *Informe sobre Desarrollo Humano de los Pueblos Indígenas de México*. Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas-Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo: México.

Chomsky, N. (2003). *Hegemonía o supervivencia. El dominio mundial de E. U.* Bogotá: Grupo Editorial Norma.

CONACULTA (2010). *Encuesta Nacional de Hábitos, Prácticas y Consumo Culturales.* Consejo Nacional de la Cultura y las Artes: Ciudad de México.

CONAPO (2011) *Índice de marginación por entidad federativa y municipio 2010.* Consejo Nacional de Población. Ciudad de México.

CONAPRED (2011)*. Encuesta Nacional sobre Discriminación Enadis.* Consejo Nacional para Prevenir la Discriminación: Ciudad de México.

D´Adamo O. et al (2007). *Medios de comunicación y opinión pública*. Madrid: McGraw-Hill/Interamericana de España.

D'Adamo, O., Freidenberg, F. y García V. (2000). Medios de comunicación de masas y establecimiento de la agenda: un estudio empírico en Argentina. *América Latina Hoy, 25,* 57-66.

De Moraes, D, (2011). *La cruzada de los medios en América Latina. Gobiernos progresistas y políticas de comunicación.* Buenos Aires: Paidós

Doncel, J. A. (2013). El indígena imaginado. Estereotipos presentes en el discurso sobre la población indígena. En C. Muñiz, (coord.), *Medios de comunicación y prejuicio hacia los indígenas* (pp. 67-88). México: Fontamara.

Florescano, E. (1999). *Memoria indígena*. México: Taurus.

(1987). *Memoria mexicana*. México: Fondo de Cultura Económica.

Gastélum, Y. (2013). *Cosmovisión indígena y gobernanza local: el caso de la Cooperativa TosepanTitataniske.* Tesis de maestría no publicada. Universidad Iberoamericana Puebla, Puebla.

Gruzinski, S. (1992). *La colonización de lo imaginario*. México: Fondo de Cultura Económica.

Habermas, J. (1981). *Historia y crítica de la opinión pública. La transformación estructural de la vida pública* (7ª ed.). México: Gustavo Gili.

Huerta, J. (2004). No le cambies a mi novela. Dominación y negociación entre géneros en el acto de ver televisión. *Comunicación y sociedad, 1*, 163-182.

Hueso, A. y Cascant, M. (2012). *Cuadernos de docentes en proceso de desarrollo número 1. Metodología y técnicas cuantitativas de investigación.* España: Universidad Politécnica de Valencia.

Jacks, N. (2008). Estudios sobre la recepción televisiva y la identidad cultural. *Comunicar, 30* (15), 61-65.

Igartua, J. J. (2013). Prólogo en C. Muñiz, (coord.), *Medios de comunicación y prejuicio hacia los indígenas*. México: Fontamara.

Lippmann, W. (2003). *La opinión pública*. Madrid: C. de Langre.

Lozano, J. (2007). *Teorías e investigación de la comunicación de masas*. México: Pearson Educación.

Lull, J. (1995). *Medios, comunicación, cultura. Aproximación global*. Buenos Aires: Amorrortu editores.

Marañón, F., Saldierna A., Muñiz C. (2013). La presencia indígena en los programas de ficción y entretenimiento de la televisión mexicana. En C. Muñiz, (coord.), *Medios de comunicación y prejuicio hacia los indígenas* (pp. 51-66). México: Fontamara.

Martín-Barbero, J. (1987). *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. México: Gustavo Gili.

Marx, K., Engels, F. (1974). *La ideología alemana: crítica de la novísima filosofía alemana en las personas de sus representantes Feuerbach, B. Bauer y Stirner y del socialismo alemán en sus diferentes profetas.* Chile: Grijalbo.

Mastro, D. y Behm-Morawit, E. (2005). Latino representation on primetime television. *Journal & Mass Communication Quarterly, 1*, (82), 110-130.

Matabane, P. (1986). Subcultural experience and television viewing. En: Conferencia Internacional de Estudios Televisivos, (10, 1986, Londres, Inglaterra) 1-28.

Mattelart, A, Neveu, E. (2004). *Introducción a los estudios culturales*. México: Paidós Comunicación.

McCombs, M. et al. (2011). *The news and public opinion. Media effects on civic life*. Inglaterra: PolityPress.

McCombs, M. (2004). *Estableciendo la agenda. El impacto de los medios en la opinión pública*. Barcelona: Paidós Comunicación.

McQuail, D. (2000). *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. España: Paidós.

Molina, S., Pareja, N. (2009). Situación de la investigación en comunicación política en México. En A. Vega, (coord.), *La comunicación en México: una agenda de investigación*. México: AMIC.

Monedero, J. (2009). *El gobierno de las palabras. Política para tiempos de confusión*. Madrid: Fondo de Cultura Económica.

Morgan, M. y Shanahan, J. (2010). The State of Cultivation. *Journal of Broadcasting & Electronic Media* 54 (2), 337-355.

Muñiz, C. (2013). El consumo televisivo y su papel en el fortalecimiento del prejuicio hacia los indígenas. En C. Muñiz (coord.), *Medios de comunicación y prejuicio hacia los indígenas* (pp. 107-124). México: Fontamara.

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

Noëlle-Neumann, E. (2010).*La espiral del silencio. Opinión pública: nuestra piel social.* España: Paidós.

Ordorica, M., Rodríguez, C., Velázquez, B., Maldonado, I. (2009). El Índice de Reemplazo Etnolingüístico entre la población indígena de México. *Desacatos, Revista de Antropología Social, 26*, 123-140.

Orozco, G. (2014). *Televidencias. Comunicación, educación y ciudadanía.* México: Universidad de Guadalajara.

(2012). Televisión y producción de interacciones comunicativas. *Comunicación y Sociedad, 18*, 39-54.

(1997) Tendencias generales en la investigación de los medios, Un encuentro pendiente. *Comunicación y Sociedad, 30*, 101-125.

(1993). Dialéctica de la mediación televisiva. Estructuración de las estrategias de recepción por los televidentes. *Análisi Quaderns de comunicació i cultura,15,* 31-44.

(1991). La audiencia frente a la pantalla. Una exploración del proceso de recepción televisiva. *Diálogos de la Comunicación, 30,* 54-63.

(1987). El reto de conocer para transformar. Medios, audiencia y mediaciones. *Comunicar*, 8, 25-30.

Orozco, G., Charles, C. (1990). *Educación para la recepción: hacia una lectura crítica de los medios.* México: Trillas.

Orozco, G., Gómez, G., Franco, D., Hernández, F. (2014). México: un paso adelante y dos atrás en telecomunicaciones- contenidos y audiencias relegadas. En G. Orozco, y M. Vasallo (coords.), *Estrategias de producción transmedia en la ficción televisiva: anuario Obitel 2014*, (pp. 349-380). Porto Alegre: Sulina.

Orozco, G., Medina D. (2000) Súper temas noticiosos en la televisión mexicana. Análisis de la información en los noticiarios *24 Horas* y *Hechos*. *Comunicación y Sociedad, 37*, 53-86.

Orozco, G., Vasallo, M. (2010). Observación de la ficción televisiva en ocho países latinoamericanos. *Comunicación y Sociedad, 13*, 13-42.

Orozco, G., Vasallo, M. (2014). *Estrategias de producción transmedia en la ficción televisiva: anuario Obitel 2014*. Porto Alegre: Sulina.

Pareja, N. (2013). La comunicación y la cultura política. Una propuesta teórico-metodológica para analizar su relación. En J. Castillo, A. Mendieta, F. Coutiño (coords.). *La realidad de la comunicación política: relaciones de poder, actores y escenarios* (pp. 215-243). México: Fontamara.

(2011). *La Comunicación y la Cultura Política. Un acercamiento al estudio de la oferta y recepción televisiva en familias pobres en la Ciudad de México*. Tesis de doctorado no publicada. Universidad Nacional Autónoma de México, México.

Phinney, J., Ong, A. (2007). Conceptualization and measurment of etnicidentity: current status and future directions. *Journal of Counseling Psychology, 3*, (54), 271-281.

Platón (2003). *Diálogos. Volumen IV: República*. Madrid: Gredos.

Ramírez, C. (2009). *Necesidades de información en comunidades indígenas: El caso de la comunidad Tepehua*. México: UNAM, Centro Universitario de Investigaciones Bibliotecnológicas.

Ramonet, I. (2001). *La tiranía de la comunicación*. Madrid: Debate.

Rivadeneira, R. (2014). *La opinión pública. Análisis, estructura y métodos para su estudio*. México: Trillas.

Rojas, Rafael (2003). *La escritura de la independencia. El surgimiento de la opinión pública en México.* México: Taurus.

Sandoval, E. (2002). Grupos etnolingüísticos en el México del siglo XXI. *Papeles de Población, 34*, (8), 219-234.

Sartori, G. (1998). *Homo videns. La sociedad teledirigida*. Buenos Aires: Taurus.

Taylor, S. y Bodgan, R. (1994). *Introducción a los métodos cualitativos de la investigación. La búsqueda de significados*. España: Paidós.

Trejo, R. (1997). Las peores opiniones. Opinión pública, encuestas, elecciones y medios en México, 1994. En R. Ai Camp, et al. (coords.) *Encuestas y democracia. Opinión Pública y apertura política en México*, (pp. 53-86). México: Siglo Veintiuno Editores.

Tyler, P. (2003). Threats and responses: news analysis; A New Power In the Streets". *The New York Times*. Publicado el 17 de febrero de 2003, recuperado de http://www.nytimes.com/2003/02/17/world/threats-and-responses-news-analysis-a-new-power-in-the-streets.html, revisado el 3 de julio de 2014.

Van Dijk, T. (2007). *Discurso y racismo en América Latina*. Barcelona: Gedisa.

ANEXO 1. INSTRUMENTO CUALITATIVO

GUÍA DE TÓPICOS

La recepción de la ficción televisiva y la formación de la opinión pública de los jóvenes nahuas del municipio de Cuetzalan del Progreso

I. Datos generales

1. Edad _____
2. Sexo _____
3. Idioma _____
4. Escolaridad _____

II. Concepciones sobre la televisión y ficción televisiva

1. ¿Qué medios de comunicación existen en tu comunidad?

   _____

   _____

   _____

   _____

2. ¿Acostumbras a ver la televisión? ¿Qué significa para ti la televisión y el acto de verla?

   _____

   _____

   _____

   _____

3. ¿En qué horario acostumbras a ver la televisión? ¿Por qué? ¿Con quién ves la televisión y por qué?

_____

_____

_____

_____

4. ¿Cómo considera la información de la televisión acerca de los valores culturales y tradiciones de su municipio? ¿Por qué?

_____

_____

_____

_____

5. ¿Le darías un lugar determinante en su vida diaria a la televisión? ¿Por qué?

_____

_____

_____

_____

6. ¿Recomendarías ver televisión a alguien más? ¿Por qué?

_____

_____

_____

_____

7. ¿Qué es lo que más ves en televisión? ¿Por qué te gustan?_____

_____

_____

_____

_____

8. ¿Ves telenovelas o teleseries? ¿Por qué? ¿Qué es lo atractivo en ellas? ¿Qué temas te gustan más? ¿Qué significan para ti?

_____

_____

_____

_____

9. ¿Comentas el contenido de las telenovelas o teleseries con alguien más? ¿Con quiénes? ¿Dónde lo comentas?

_____

_____

_____

_____

10. ¿Le darías un lugar importante en tu vida diaria a los programas de telenovelas o teleseries? ¿Por qué?

_____

_____

_____

_____

11. ¿Le darías las llaves de tu casa a un actor o actriz de telenovelas o teleseries? ¿Por qué?

_____

_____

_____

_____

12. ¿Recomendarías ver telenovelas o teleseries a alguien más? ¿Por qué?

_____

_____

_____

_____

III. Identidad étnica

13. ¿A qué grupo étnico perteneces?

_____

14. ¿Cómo consideras es el vínculo hacia tu grupo étnico? ¿estás fuertemente ligado a tu grupo étnico?

_____

_____

_____

_____

15. ¿Eres consciente de tus raíces étnicas y de lo que éstas significan para ti?

_____

_____

_____

_____

16. ¿Haces cosas que te ayudan a entender mejor tu origen étnico? ¿Qué tan frecuente? ¿Qué cosas?

_____

_____

_____

_____

17. Con el fin de aprender más sobre tu tradición cultural, ¿has conversado con otras personas sobre tu origen étnico? ¿Con quién? ¿Cómo?

_____

_____

_____

_____

IV. Opinión pública y recepción de la ficción televisiva

18. Podrías mencionar algunos de los problemas que tiene tu comunidad en estos momentos

_____

_____

_____

_____

19. ¿Cuáles son los problemas que más afecta tu comunidad en estos momentos?

_____

_____

_____

_____

20. En estos momentos, ¿sobre qué asunto o asuntos te interesa saber? ¿Por qué?

_____

_____

_____

_____

21. En estos momentos, ¿Cuáles son tus preocupaciones respecto a la comunidad? ¿Por qué?

_____

_____

_____

_____

22. Según tu punto de vista, ¿las novelas o teleseries se asemejan a la realidad de tu comunidad?

_____

_____

_____

_____

23. ¿Consideras que los temas de las telenovelas o teleseries son relacionados con los problemas de tu comunidad?

_____

_____

_____

_____

24. ¿Consideras que los temas de las telenovelas o teleseries están relacionados con los asuntos que te interesan? Sí es así ¿con cuáles?

_____

_____

_____

_____

25. En algunas ocasiones, el único contacto entre gente nahua y no nahua es a través de la televisión, ¿Cómo crees que esa situación repercuta en la relación entre gente nahua y gente que no habla náhuatl?

_____

_____

_____

_____

26. ¿Qué significa para ti la representación que hacen las telenovelas y teleseries de un personaje nahua?

_____

_____

_____

_____

ANEXO 2. INSTRUMENTO CUANTITATIVO

Cuestionario de preguntas cerradas

Buenos días. Mi nombre es Sergio Paredes Juárez, estudio en la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla. Estoy haciendo un estudio con el objetivo de conocer la relación entre los programas de televisión y la opinión de los jóvenes de Cuetzalan. La encuesta es anónima y llevará aproximadamente 15 minutos contestarla. Si estás de acuerdo en participar, por favor contesta el cuestionario.

El llenado es sencillo, no hay respuestas correctas ni incorrectas, responde lo que pienses o consideres apropiado. **Debes responder a todas las preguntas.**

No.	**Pregunta**	**Respuestas**
1	¿Cuántos años tienes?	Anota la edad en años cumplidos _____
2	Eres	Mujer ☐ Hombre ☐
3	¿Hablas Náhuatl?	Sí☐No☐
4	¿En qué grado vas en la escuela?	a) 1° de secundaria ☐ b) 2° de secundaria ☐ c) 3° de secundaria ☐ d) 1° de bachiller ☐ e) 2° de bachiller ☐ f) 3° de bachiller ☐ g) Otro:_____
5	¿Eres de San Miguel Tzinacapan?	Sí☐No☐
6	¿Cuentas con televisión en casa?	Sí☐No☐
7	¿Cuentas con computadora en casa?	Sí☐No☐
8	¿Cuentas con internet en casa?	Sí☐No☐
9	¿Cuentas con teléfono celular propio?	Sí☐No☐
10	¿Cuentas con celular con internet?	Sí☐No☐
11	¿Acostumbras a ver la televisión?	Sí☐No☐
12	Si tu anterior respuesta fue NO, elige una de las siguientes razones:	a) Porque me quita tiempo ☐ b) Porque no es importante ☐ c) No me gusta/no me llama la atención ☐ d) Porque no tengo televisión ☐ e)Otra: _____
13	¿Por qué razones ves la televisión? **(Puedes marcar más de una opción)**	a) No tengo televisión ☐ b) Para informarme ☐ c) Para entretenerme/divertirme ☐ d) Para aprender cosas nuevas ☐ e) Otra:_____
14	¿Con quién ves la televisión?	a) No tengo televisión ☐ b) Con familia ☐ c) Con amigos ☐ d) Solo ☐
15	¿Qué tan determinante es la televisión en tu vida?	a) Muy determinante ☐ b) poco determinante ☐

		c) Nada determinante ☐
16	¿Qué es lo que más ves en la televisión? **(Puedes marcar más de una opción)**	a) No tengo televisión ☐ b) Telenovelas/Series ☐ c) Noticieros ☐ d) Caricaturas ☐ e) Películas ☐ f) Documentales ☐ g) Deportivos ☐ h) De concursos/familiares ☐ i) Otro: _____
17	¿Con qué frecuencia ves telenovelas?	a) Mucho ☐ b) De vez en cuando ☐ c) Poco ☐ d) Nada ☐
18	En los últimos tres meses has visto alguna telenovela	Si ☐ No☐
19	Si tu respuesta fue si, ¿Qué telenovela o telenovelas viste?	Escribe aquí la/s telenovela/s: _____ _____ a)No veo telenovelas ☐
20	¿Comentas el contenido de las telenovelas con alguien más?	Si ☐ No☐ a) No veo telenovelas☐
21	Si tu respuesta anterior fue si, ¿con quién/quiénes?	a) Con familia ☐ b) Con amigos/compañeros ☐ c) Con ambos ☐ d) No veo telenovelas ☐
22	¿Cuál de los siguientes problemas afecta a tu comunidad en estos momentos? **(Puedes marcar más de una opción)**	a) Pobreza, falta de empleo ☐ b) Contaminación, tala de árboles, agua contaminada, daño ambiental ☐ c) Pérdida de la identidad étnica, tradiciones, cultura, lengua ☐ d) Falta de apoyo al campo ☐ e) Otro: _____ f) No sé☐
23	Si tuvieras que escoger solo un problema de los anteriores, ¿cuál sería el que **más** afecta tu comunidad?	Escribe aquí el problema_____
24	¿Cuál de los siguientes asuntos te interesa saber en estos momentos? **(Puedes marcar más de una opción)**	a) Sobre mi comunidad, mis tradiciones, mi cultura, mi lengua ☐ b) Sobre cómo resolver los problemas de contaminación ☐ c) Sobre la escuela, aprender más ☐ d) Sobre lo que sucede en mi país ☐ e) Otro: _____ f) No sé☐
25	Si tuvieras que escoger solo un asunto de los anteriores, ¿cuál sería el asunto que te interesa saber **más**?	Escribe aquí el asunto_____

26	¿Cuáles son tus principales preocupaciones respecto a tu comunidad en estos momentos? **(Puedes marcar más de una opción)**	a) La pérdida de costumbres, tradiciones, vestimenta, lengua ☐ b) La contaminación de mi comunidad ☐ c) Sobre lo que pasa en mi país ☐ d) Sobre la escuela/aprender más ☐ e) Sobre mi futuro ☐ f) Otro: _____ g) No sé☐
27	Si tuvieras que escoger solo una preocupación de las anteriores, ¿cuál sería la **mayor** en estos momentos?	Escribe aquí la preocupación_____
28	Según tu punto de vista, ¿Las telenovelas se asemejan a la realidad de tu comunidad?	a) Si, lo que pasa en las telenovelas se parece a mi comunidad ☐ b) En algunas ocasiones ☐ c) No, lo que pasa en las telenovelas y mi comunidad son diferentes ☐ d) No sé☐
29	Según tu punto de visa, ¿Las telenovelas tratan asuntos relacionados a los problemas de tu comunidad?	a) Si, lo que pasa en las telenovelas se parece a los problemas de mi comunidad ☐ b) En algunas ocasiones ☐ c) No, lo que pasa en las telenovelas es diferente a los problemas de mi comunidad ☐ d) No sé☐
30	¿Consideras que las telenovelas están relacionadas con los asuntos que a ti te interesan?	a) Si, mis intereses y lo que pasa en las novelas se parecen ☐ b) Algunas veces ☐ c) No, mis intereses no tienen nada que ver con lo que pasa en las telenovelas ☐ d) No sé ☐
31	¿Has visto algún personaje indígena en la televisión?	Si___ No___
32	Si has visto a un indígena en la televisión, ¿Qué significó para ti?	a) Me interesó ☐ b) Me dio igual ☐ c) Me sentí identificada/o ☐ d) Sentí que me tomaron en cuenta ☐ e) Me sentí orgullosa/o de mi cultura ☐ f) Otro: _____ g) No sé ☐
33	Si no has visto a un indígena en la televisión, ¿A qué crees que se deba?	a) A la falta de interés por otros grupos étnicos ☐ b) A la discriminación a otros grupos étnicos ☐ c) A que no veo mucha televisión ☐ d) A que a otros grupos étnicos no les interesa salir en la televisión ☐ e) Otro: _____

		f) No sé ☐
34	¿A qué grupo étnico perteneces?	Escribe tu respuesta _____
Lee el enunciado y marca el inciso con el que te sientas más identificado		
35	He pasado tiempo investigando más sobre mi grupo étnico, como historia, tradiciones y costumbres	a) Completamente de acuerdo ☐ b) De acuerdo ☐ c) Indiferente ☐ d) En desacuerdo ☐ e) Completamente en desacuerdo ☐
36	Me siento fuertemente ligado a mi grupo étnico	a) Completamente de acuerdo ☐ b) De acuerdo ☐ c) Indiferente ☐ d) En desacuerdo ☐ e) Completamente en desacuerdo ☐
37	Estoy consciente de lo que mi grupo étnico significa para mí	a) Completamente de acuerdo ☐ b) De acuerdo ☐ c) Indiferente ☐ d) En desacuerdo ☐ e) Completamente en desacuerdo ☐
38	A menudo hago cosas que me ayudan a entender mejor mi origen étnico	a) Completamente de acuerdo ☐ b) De acuerdo ☐ c) Indiferente ☐ d) En desacuerdo ☐ e) Completamente en desacuerdo ☐
39	Con el fin de aprender más sobre mi tradición cultual, he conversado con otras personas acerca de mi origen étnico	a) Completamente de acuerdo ☐ b) De acuerdo ☐ c) Indiferente ☐ d) En desacuerdo ☐ e) Completamente en desacuerdo ☐

¡MUCHAS GRACIAS!