

Revista mexicana de opinión pública

ISSN: 1870-7300

ISSN: 2448-4911

Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales

Paredes Juárez, Sergio  
Formación de la opinión pública indígena. La ficción televisiva y los jóvenes nahuas de Cuetzalan del Progreso.  
Revista mexicana de opinión pública, núm. 20, 2016, Enero-Junio, pp. 129-151  
Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=487464939007>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

UNAM  redalyc.org

Sistema de Información Científica Redalyc  
Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal  
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

# **Formación de la opinión pública indígena. La ficción televisiva y los jóvenes nahuas de Cuetzalan del Progreso.**

**Formation of native public Opinion. Fiction TV and young Nahuas of Cuetzalan del Progreso.**

Sergio Paredes Juárez<sup>1</sup>

Recibido el 30 de abril de 2015.  
Aceptado el 27 de octubre de 2015.

## **Resumen**

Esta investigación tuvo como objetivo general identificar la relación entre el consumo de ficción televisiva y la opinión pública entre jóvenes nahuas del municipio de Cuetzalan del Progreso, Puebla. Se buscó 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. Este trabajo partió de la hipótesis 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.

Se aplicó una metodología mixta, compuesta de dos fases: la cualitativa sirvió para desarrollar el instrumento de la fase cuantitativa. Los principales resultados fueron que los jóvenes nahuas consumen telenovelas en alto grado, poseen una fuerte identidad étnica y su opinión pública gira en torno a problemáticas locales, como la contaminación de su comunidad, la pérdida de costumbres y su situación presente y futura. La conclusión fue que, a pesar de que los jóvenes consumen en alto grado 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 had the general objective to identify the relation between consumption of television fiction and public opinion among young Nahuas of the municipality of Cuetzalan del Progreso, Puebla. This work tried to establish the association 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 identity of the Nahuas' youth takes part in the process of television fiction reception and its relation with the formation of their public opinion.

<sup>1</sup> Maestro en Opinión Pública y Marketing Político por la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla (BUAP). Actualmente es asistente de Dirección de la Unidad de Estudios de Posgrado e Investigación de la UAGro y auxiliar de la Dirección de Comunicación Social del Sistema DIF del municipio de Acapulco. jim\_dmorrison13@hotmail.com

A mixed method was applied, composed of two phases, the first qualitative served to develop 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 situations. 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 lot of television fiction, soap operas have low connection with the formation of their public opinion.

### **Keywords**

Public opinion, television fiction, reception, young Nahuas, ethnicity.

## **Introducción**

La investigación en que se basa este artículo se originó por la inquietud del autor para intentar explorar la formación de la opinión pública en la población indígena del país. Conociendo la complejidad que los estudios de opinión pública demandan, optó por enfocar la investigación en un ángulo específico de un fenómeno muy extenso. Este ángulo es el del consumo televisivo, y en particular del género de la ficción, en un grupo aborigen cercano al espacio geográfico donde se desarrolló la investigación: el grupo nahua.

### **En el planteamiento del problema, surgieron las siguientes interrogantes:**

La pregunta general fue la siguiente: ¿cuál es la relación entre el consumo de ficción televisiva y la opinión pública entre los jóvenes nahuas del municipio de Cuetzalan del Progreso? Las preguntas específicas fueron: ¿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?

A raíz de estas preguntas de investigación, el objetivo general fue identificar la relación entre el consumo de ficción televisiva y la opinión pública en los jóvenes nahuas del municipio de Cuetzalan del Progreso. Los objetivos específicos fueron:

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

En esta investigación se mantuvo la hipótesis de partida de que a pesar del gran nivel de consumo del género de la ficción en los jóvenes nahuas, su fuerte identidad étnica 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, lo que da como resultado una opinión pública alejada del texto de dicho género.

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

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 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 la perspectiva cualitativa de los estudios de recepción de las audiencias y la cuantitativa de las teorías de la opinión pública. Se buscó la complementariedad de ambos métodos.

Por lo tanto, el marco metodológico se desarrolló en dos fases: la primera fue la cualitativa, que además sirvió con el fin de desarrollar el instrumento para la fase cuantitativa. La fase cualitativa constó de diez entrevistas en profundidad a jóvenes nahuas con un promedio de 15 años de edad. Los resultados obtenidos permitieron construir un instrumento cuantitativo fundado en las visiones, experiencias y lenguaje de los participantes y no sólo desde la perspectiva del investigador. Mediante un muestreo probabilístico, se encuestó a 138 estudiantes de nivel secundaria.

Los resultados más importantes fueron que los jóvenes nahuas de Cuetzalan consumen en alto grado las telenovelas, poseen una fuerte identidad étnica y su opinión pública gira en torno a la contaminación de su comunidad, a la pérdida de costumbres y tradiciones nahuas y a su situación presente y futura. Por último, la conclusión en este estudio fue que, a pesar de que los jóvenes consumen en alto grado la ficción televisiva, el consumo de telenovelas posee escasa relación en la formación de su opinión pública.

## Marco teórico

El marco teórico se construyó en dos ejes: el de la opinión pública y el de la recepción televisiva para, posteriormente, establecer la relación entre ambas. 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, mientras que en el eje de la recepción televisiva, se revisaron la teoría de los estudios culturales y la teoría de la mediación.

Rousseau fue uno de los primeros filósofos en definir el concepto de opinión pública.<sup>2</sup> El autor francés divide la historia del hombre y de la opinión pública en dos épocas. 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. En la segunda época, el Estado social, 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. Rousseau despojó el carácter ingenuo de la opinión pública al convertirla en un medio de control en manos del Estado.

---

2 Helena Béjar, "Rousseau: opinión pública y voluntad general", *REIS*, núm.18, Centro de Investigaciones Sociológicas, Madrid, 1982, p. 69-82.

Marx siguió un concepto similar al de Rousseau dándole la connotación dialéctico-materialista al escribir: "Las ideas de la clase dominante son las ideas dominantes en cada época".<sup>3</sup>

Ya entrado el siglo XX Walter Lippmann<sup>4</sup> condiciona la opinión de cada uno de los individuos a los estereotipos contruidos por fuentes externas: "Nuestras opiniones son la reconstrucción de lo que otros han narrado y nosotros nos hemos imaginado". Las aseveraciones de Lippmann despertaron en los académicos gran interés por estudiar la opinión pública, tanto que Noelle-Neumann<sup>5</sup> escribió: "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".

McCombs<sup>6</sup> define la opinión pública como "el consenso colectivo sobre asuntos cívicos y políticos alcanzados por grupos dentro de largas comunidades". Noelle-Neumann,<sup>7</sup> de acuerdo con la teoría de la espiral del silencio, define la opinión pública como opiniones sobre temas controvertidos que pueden expresarse en público sin aislarse.

Habermas, en su definición de opinión pública, retomó el concepto de la dialéctica hegeliana para desarrollar la dialéctica de la publicidad. Habermas<sup>8</sup> entendió que la lucha de clases no sólo se da por el control de los medios de producción, sino también, y quizás más importante, por la dominación de la opinión pública que se encuentra en poder de la burguesía.

Habermas explicó que la opinión pública no sólo sirve como herramienta para la dominación o contención del poder, sino que tendrá una doble función: servir también de instrumento para lo contrario: la liberación o regulación del poder.

A continuación, se reseñan brevemente algunas teorías de la opinión pública que han sido fruto de la investigación de las audiencias y que se relacionan con el análisis de la recepción: la formación de agenda, la espiral del silencio, el análisis de cultivo y la teoría crítica.

La teoría del espiral del silencio es la teoría de la autocensura por definición. Aunque la gente vea que algo no es correcto, se mantendrá callada si la opinión pública se manifiesta en contra.<sup>9</sup>

La teoría del establecimiento de la agenda<sup>10</sup> se refiere a un proceso de selección llevado a cabo por los medios de comunicación de masas, lo 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 cuales el público debe pensar o no.

3 Karl Marx, Federico Engels, *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*, Grijalbo, Buenos Aires, 1974, p. 752.

4 Walter Lippmann, *La opinión pública*, C. de Langre, Madrid, 2003, p. 334.

5 Elizabeth Noëlle-Neumann, *La espiral del silencio. Opinión pública: nuestra piel social*, Paidós, Barcelona, 2010, p. 336.

6 Maxwell McCombs, *The News and public Opinion. Media effects on civic Life*, Polity Press, Cambridge, 2011, p. 210

7 Elizabeth Noelle-Neumann, *op. cit.*

8 Jürgen Habermas, *Historia y crítica de la opinión pública. La transformación estructural de la vida pública*, Gustavo Gili, México, 1981, p. 352.

9 Elizabeth Noelle-Neumann, *op. cit.*

10 Maxwell McCombs, *Estableciendo la agenda. El impacto de los medios en la opinión pública*, Paidós Comunicación, Barcelona, 2004, p. 292.

La hipótesis central de la teoría del cultivo es que aquellos individuos 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”.<sup>11</sup>

En la teoría crítica,<sup>12</sup> los productos culturales, como 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 en que los consumidores aspiran a satisfacer necesidades psicológicas, de diversión o ilusorias de su lugar en el mundo. Los marxistas Adorno, Horkheimer, Marcuse, Walter Benjamin y Habermas son sus principales exponentes.

Para iniciar la explicación de la recepción televisiva, es necesario partir de una perspectiva cultural de la comunicación, que afirma que las audiencias poseen la capacidad para resistir y negociar la manipulación ideológica que los medios pretenden proyectar. La recepción televisiva es un proceso sociocultural complejo, largo, multimediado, interactivo y creativo, en el cual el receptor activo decodifica, resiste y negocia los mensajes del televisor.<sup>13</sup>

Orozco<sup>14</sup> 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 sociales, históricos y culturales.

Respecto de lo anterior, Pareja<sup>15</sup> escribe que las audiencias, en su carácter activo, tienen la posibilidad de resignificar los discursos mediáticos, no sólo en lo político, sino también en lo cultural y en lo étnico.

Una vez explicado el concepto de recepción televisiva, se explicarán las teorías de la recepción de las audiencias que empiezan a entrar, si no es que ya entraron, al terreno de la investigación de la opinión pública, como la teoría de los estudios culturales y la teoría de las mediaciones en la recepción televisiva.

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”.<sup>16</sup>

Asimismo los estudios culturales dan suma importancia al contexto y a las condiciones sociales en las que se ubican los medios y las audiencias. James Lull<sup>17</sup> afirma que los estudios culturales toman como puntos de partida temas como las diferencias de raza, de género y de clase social. La forma en que los individuos estructuran su identidad pasa a ocupar un lugar estratégico en los estudios culturales.<sup>18</sup>

---

11 Michael Morgan, James Shanahan, “The State of Cultivation”, *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, vol. 54, núm. 2, Broadcast Education Association, Filadelfia, EE.UU., 2010, pp. 337-355.

12 Dennis McQuail, *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*, Paidós, Barcelona, 2000, p. 632.

13 Guillermo Orozco, “La audiencia frente a la pantalla. Una exploración del proceso de recepción televisiva”, *Diálogos de la Comunicación*, núm. 30, Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social (FLACSO), Lima, 1991pp. 54-63.

14 Guillermo Orozco, “El reto de conocer para transformar. Medios, audiencia y mediaciones”, *Comunicar*, núm. 8, Grupo Comunicar, Andalucía, 1987, pp.25-30.

15 Norma Pareja, “La comunicación y la cultura política. Una propuesta teórico-metodológica para analizar su relación”, en Jorge Castillo (coord.), *La realidad de la comunicación política: relaciones de poder, actores y escenarios*, Fontamara, México, 2013, pp. 215-243.

16 José Lozano, *Teorías e investigación de la comunicación de masas*, Pearson Educación, México, 2007, p.233.

17 James Lull, *Medios, comunicación, cultura. Aproximación global*, Amorrortu Editores, Buenos Aires, 1995, p. 252

18 Armand Mattelart, Érik Neveu, *Introducción a los estudios culturales*, Paidós-Comunicación, México, 2004, p. 175.

Por último, la teoría de las mediaciones es dirigida hacia la recepción televisiva por Guillermo Orozco. Las mediaciones se definen como “un proceso estructurante que configura y reconfigura tanto la interacción de los auditorios con los medios, como la creación por el auditorio del sentido de esa interacción”.<sup>19</sup>

Asimismo, señala que hay diferentes tipos de mediación y diferentes orígenes o fuentes de mediación, como la cultura, la política, 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.<sup>20</sup>

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.<sup>21</sup>

Desde diferentes enfoques y con diferentes metodologías, el estudio de las audiencias ha servido para producir múltiples teorías de la opinión pública. De acuerdo con las características propias de los diferentes medios de comunicación, los investigadores han utilizado creativos y variados métodos y experimentos sobre las audiencias con sus resultados y teorías. Rivadeneira<sup>22</sup> 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. Al respecto, Rivadeneira apunta que es tan importante o más el análisis de los procesos de recepción que las formas de emisión de los mensajes y su contenido.

## Marco contextual

La Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas señala que existen 62 grupos etnolingüísticos identificados,<sup>23</sup> aunque estos grupos pueden incrementarse a 82 si se toman en cuenta las variantes regionales, dentro de las cuales el náhuatl es el idioma con más hablantes en todo el territorio nacional.

El municipio de Cuetzalan del Progreso cuenta con una población mayoritariamente indígena (81% del total de sus habitantes). Las lenguas habladas son el español y el náhuatl. Sus tradi-

19 Guillermo Orozco, “Dialéctica de la mediación televisiva. Estructuración de las estrategias de recepción por los televidentes”, *Anàlisi Quaderns de comunicació i cultura*, núm. 15, Universidad de Barcelona, Barcelona, 1993, pp. 31-44.

20 Guillermo Orozco, María Vasallo, *Estrategias de producción transmedia en la ficción televisiva: anuario Obitel 2014*, Sulina, Porto Alegre, Brasil, 2014, p. 556.

21 José Lozano, *op. cit.*

22 Raúl Rivadeneira, *La opinión pública. Análisis, estructura y métodos para su estudio*, Trillas, México, 2014, p. 223.

23 Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas, *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, 2006, p. 295.

ciones y prácticas culturales, como vestido, alimentos, lengua, fiestas, rituales y hasta formas de organización, datan de los años 600 d. c. y son vigentes hasta hoy.<sup>24</sup>

Los estudios de recepción de las audiencias en México cobraron auge en la década de los 90; sin embargo, hasta ahora se ha abordado el análisis de la población mestiza; en cambio, son escasos los estudios de recepción que aborden la perspectiva étnica originaria.

Recientemente, Muñiz<sup>25</sup> llevó a cabo un estudio sobre la teoría de la cultivación. Analizó el papel de los medios de comunicación y el prejuicio hacia los indígenas y encontró 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.

Al respecto, Doncel<sup>26</sup> afirma que el papel de los medios de comunicación en la recreación del imaginario sobre el indígena adquiere una importancia casi hegemónica, debido a que el contacto inter-étnico entre los jóvenes (urbanos) y los indígenas son prácticamente inexistentes.

Respecto de los estudios de opinión pública indígena, se encuentran "Las relaciones geográficas" (el primer estudio de opinión pública del continente, 1579-1582). Fueron cuestionarios de alrededor de 135 preguntas elaborados por los españoles conquistadores para ser respondidos en los más de 400 pueblos indios con el fin de conocer su situación presente y pasada.<sup>27</sup> 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.

Entre los estudios recientes sobre la opinión pública indígena, cabe mencionar la investigación de Ramírez<sup>28</sup> sobre las necesidades de información de la comunidad tepehua en el Estado de Hidalgo. Ramírez refiere que los indígenas desarrollan su opinión en dos tenores: dentro de su cultura indígena y dentro de su cultura nacional.

El adulto tepehua 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 a fin de 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, son los jóvenes quienes se preocupan por conocer más sobre su origen y raíces al presentar una mayor necesidad informativa sobre sus costumbres y tradiciones.

La investigación del presente artículo se enfocó en las personas jóvenes indígenas porque se considera a la televisión un actor importante en la socialización y aprendizaje juvenil;<sup>29</sup> porque en este periodo se configura la construcción cultural y se asume una identidad (juvenil, en primera instancia), y porque los jóvenes son el presente y el futuro de esas culturas.

---

24 Carolina Ramírez, Gabriel Jaimez, Pablo Valderrama, *Tejuan Titalnamikij... Nosotros somos el pasado. Reseña Etno-histórica del municipio de Cuetzalan en el siglo XIX*, Gobierno del Estado de Puebla, México, 1992, p. 69.

25 Carlos Muñiz, "El consumo televisivo y su papel en el fortalecimiento del prejuicio hacia los indígenas", en Carlos Muñiz (coord.), *Medios de comunicación y prejuicio hacia los indígenas*, Fontamara, México, 2013, p. 159.

26 Juan Doncel, "El indígena imaginado. Estereotipos presentes en el discurso sobre la población indígena", en Carlos Muñiz (coord.), *Medios de comunicación y prejuicio hacia los indígenas*, Fontamara, México, 2013, p. 67-88.

27 Enrique Florescano, *Memoria mexicana*, Fondo de Cultura Económica, México, 1987, p. 676.

28 César Ramírez, *Necesidades de información en comunidades indígenas: el caso de la comunidad Tepehua*, Centro Universitario de Investigaciones Bibliotecnológicas, UNAM, México, 2009, p. 146.

29 Carlos Muñiz, op. cit.



Asimismo, un rasgo que caracteriza a las poblaciones originarias es que tienen identidades étnicas y culturales muy fuertes. A decir de Navarrete,<sup>30</sup> la identidad étnica es la idea que tienen los miembros de una comunidad de formar una colectividad claramente distinta de las otras con que viven. Esta identificación es individual y a la vez colectiva, y se encuentra —como en todos los grupos sociales— en un proceso constante de transformación.

Por otra parte, Ávalos<sup>31</sup> precisó que el principal tipo de programas que preferían los jóvenes de la región de la Sierra Norte de Puebla son las telenovelas. De igual forma, Gastelum<sup>32</sup> reporta que uno de los males que afectan a comunidades nahuas de Cuetzalan es la televisión. Además, señala que, si bien los jóvenes indígenas poseen una fuerte identidad étnica, los medios de comunicación y la mercadotecnia han provocado la pérdida de identidad entre los jóvenes nahuas.

Asimismo, Feixa y González<sup>33</sup> destacan la influencia de la televisión en la dinámica de la construcción de la identidad juvenil en las zonas rurales indígenas de México. En otras latitudes, Aguaded y Cotín<sup>34</sup> apuntan que los patrones culturales de los indígenas argentinos se alejan de lo que muestra la televisión y que, si bien existe un gran nivel de consumo televisivo, los indígenas no se sienten culturalmente identificados con lo que refleja la pantalla chica.

Por otra parte, se retomó el género de la ficción debido a que es el más transmitido y el segundo más visto en México.<sup>35</sup> Aunque se ha llegado a pensar que la televisión está siendo desplazada por las nuevas tecnologías de la información, a decir de Orozco,<sup>36</sup> en México se tiene televisión “para rato”.

## Metodología

Esta investigación utilizó el método mixto que combina la perspectiva cualitativa y cuantitativa. Debido a la complejidad del estudio, fue el método idóneo para profundizar en el análisis que se llevaría a cabo en la investigación, realizada con el Modelo para Desarrollar Instrumentos.<sup>37</sup> Dicho 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, 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, los métodos cualitativos frecuentemente utilizados en los estudios de

30 Federico Navarrete, *Los pueblos indígenas de México*, Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas, México, 2008, p. 144.

31 Spencer Ávalos, *La reconstrucción de las identidades juveniles indígenas en la Sierra Norte de Puebla, México*, tesis de maestría no publicada, Colegio de Postgraduados, Puebla, 2010, p. 130.

32 Yaltzi Gastelum, *Cosmovisión indígena y gobernanza local: el caso de la Cooperativa Tosepan Titataniske*, tesis de maestría no publicada, Universidad Iberoamericana-Puebla, Puebla, 2013, p. 193.

33 Carlos Feixa, Yanko González, “Territorios baldíos: identidades juveniles indígenas y rurales en América Latina”, *Papers*, núm. 79, Universidad Autónoma de Barcelona, Barcelona, 2006, pp. 171-193.

34 José Aguaded, Silvia Cotín, “Televisión e identidad indígena una comunidad rural de La Patagonia, Argentina”, *Comunicar*, Grupo Comunicar, Andalucía, núm. 22, 2004, pp. 71-79.

35 Guillermo Orozco, María Vasallo, *op. cit.*

36 Guillermo Orozco, “Televisión y producción de interacciones comunicativas”, *Comunicación y Sociedad*, núm. 18, Universidad de Guadalajara, Guadalajara, 2012, pp. 39-54.

37 Alicia Hamui-Sutton, “Un acercamiento a los métodos mixtos de investigación en educación médica”, *Investigación en Educación Médica*, vol. 2, núm. 8, Universidad Nacional Autónoma de México, México, 2013, pp. 211-216.

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 sí. Ninguno se privilegia sobre el 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 a comprender 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.

**Fase cualitativa de la investigación**

El instrumento elaborado para realizar la fase cualitativa de la investigación consistió en entrevistas en profundidad (véase el Anexo 1), siguiendo la técnica de muestreo no probabilístico “bola de nieve”. Las categorías empleadas en el cuestionario se detallan en la tabla 1.

**Tabla 1. Operacionalización de las 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.

El espacio geográfico donde 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 (2 833 habitantes) y más numerosas en cuanto a población indígena (83.97% de la población total).

Siguiendo la técnica de “bola de nieve”, se realizó un total de diez entrevistas en profundidad a jóvenes nahuas con un promedio de quince años de edad, de los cuales dos fueron hombres y ocho mujeres, durante los días 28 y 29 de noviembre de 2014.

**Fase cuantitativa de la investigación**

A partir de los resultados obtenidos en las entrevistas en 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) por realizarse a partir de muestreo probabilístico. El instrumento elaborado para la parte cuantitativa de la investigación fue un cuestionario cerrado de 39 preguntas estructurado en ocho apartados explicados en la Tabla 2.

**Tabla 2. Operacionalización de variables**

Tema	Objetivo
I. Datos demográficos	Identificar 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 guardan 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.

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, que es el total de jóvenes que asiste a secundaria en la localidad de Tzinacapan. Hubo un margen de error de 5%, 95% de confianza y una distribución de respuesta de 80%, lo que dio un tamaño de muestra de 138 jóvenes.

## **Análisis e interpretación de resultados**

### **Resultados de la fase cualitativa de investigación**

Entre los jóvenes nahuas entrevistados, hubo ocho mujeres y dos hombres, cuyas edades oscilaron entre los 14 y 19 años de edad. Eran estudiantes de secundaria o bachillerato.

Los jóvenes que, en caso de ver televisión, lo hacen para informarse, entretenerse, divertirse y para aprender cosas nuevas, afirmaron que 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 la mayoría de los entrevistados sólo contaba con un televisor, y sus casas no tenían cuartos ni separaciones, aunque algunos afirmaron verla juntos por el solo hecho de convivir en familia. La ven después de 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 otorguen un lugar determinante en su vida diaria. 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:

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

Sin embargo, otros le otorgaron un lugar importante en su vida diaria por la necesidad de informarse y entretenerse.

Sobre los programas más vistos por los jóvenes, las películas, novelas y noticias fueron los más mencionados; la búsqueda de información y el entretenimiento fueron las razones aludidas. Del género ficción, las telenovelas fueron las más vistas por los jóvenes; las historias de amor y temas juveniles, los de su mayor agrado.

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. Para ellos, conservar su raíz étnica es muy importante y significa mucho:

Sí, significa 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).

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 de 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 un altar, porque mi mamá es de otra religión. (Estela, 16 años).

En el apartado sobre la opinión pública y la recepción televisiva, los jóvenes comentaron que los problemas de su comunidad son la contaminación, la tala de árboles y otros que tienen que ver con el medio ambiente. En este apartado, es pertinente resaltar que todos los jóvenes entrevistados mencionaron la contaminación como uno de los problemas que más afecta a su comunidad.

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

Al indagar en la relación entre ficción televisiva y opinión pública, las respuestas fueron variadas. Los valores culturales, las tradiciones, hábitos y el idioma forman parte de las diferencias que ellos señalan que existen respecto de la televisión en general; además, las cuestiones de discriminación son notorias 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 [es] muy diferente. 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 ocurre en las telenovelas es muy diferente de 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 [hay] un ambiente más elevado: es la alta sociedad o es la clase social más alta, y aquí es la clase social más baja, [con] más bajos recursos. (Antonia, 14 años).

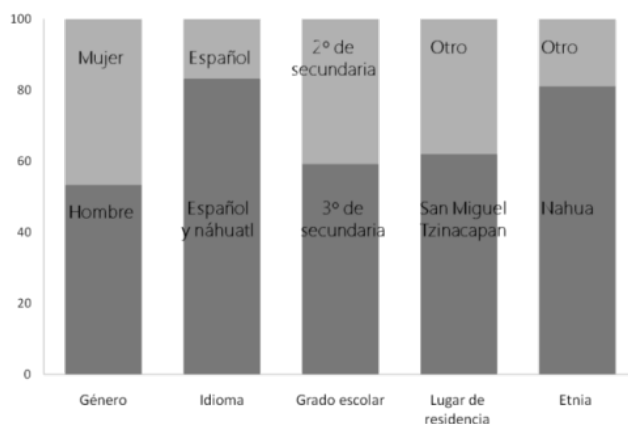
Sobre si ellos encuentran relación entre las telenovelas y los problemas de su comunidad, manifestaron que en algunas telenovelas se retoman cuestiones sobre contaminación, pero también comentaron que en las telenovelas los problemas son otros y las cuestiones de la comunidad no son retomadas por ellas.

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

## Resultados de la fase cuantitativa de la investigación

Los encuestados varones fueron más que las mujeres: 53.3% y 46.7%, respectivamente. 83.2% afirmó hablar español y náhuatl, mientras que 16.7% habla sólo el español. Asimismo, 62% de los jóvenes vive en la localidad de San Miguel Tzinacapan, mientras que el resto es de otra localidad. 81% se autoidentificó como perteneciente al grupo étnico nahua (ver gráfica 1).

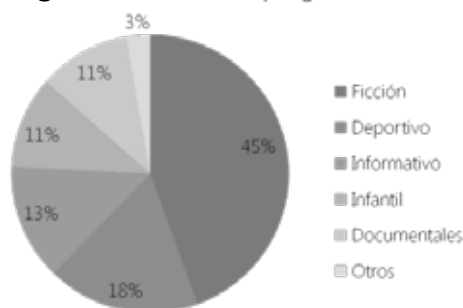
### Gráfica 1. Datos demográficos



Fuente: elaboración propia con base en 138 cuestionarios.

En cuanto al consumo por género, se encontró que el género de la 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 infantil y el documental (ver gráfica 2).

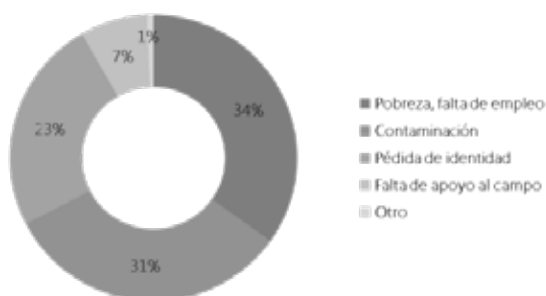
## Gráfica 2. Consumo por género



Fuente: Elaboración propia con base en todos los jóvenes entrevistados que ven televisión (99).

Sobre la opinión de 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 31%, respuesta que en las entrevistas en profundidad fue mencionada por todos los entrevistados. Más abajo, en el orden de menciones, sigue el problema de la pérdida de identidad y cultura, representado por 23% (gráfica 3).

## Gráfica 3. Opinión sobre el principal problema de la comunidad



Fuente: elaboración propia con base en 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. El porcentaje correspondiente fue de 39%. En cambio, 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% (gráfica 4).

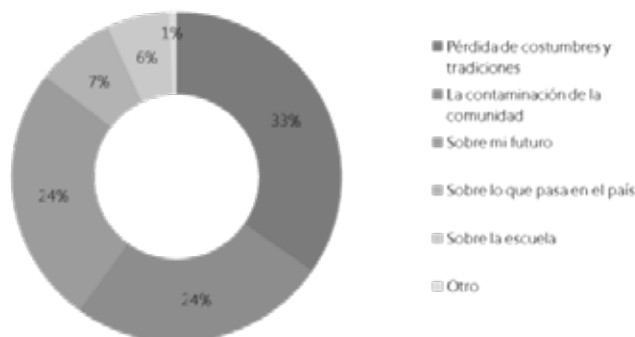
## Gráfica 4. Opinión sobre el asunto de mayor interés de los jóvenes de Cuetzalan



Fuente: elaboración propia con base en todos los jóvenes entrevistados (138)

Entre las principales preocupaciones que tienen los jóvenes nahuas de Cuetzalan, está la pérdida de las costumbres en primer lugar, con 33%, mientras que en segundo lugar aparecen la contaminación de la comunidad y la preocupación sobre su futuro, con 24% para ambas (gráfica 5).

### Gráfica 5. Opinión sobre la mayor preocupación de los jóvenes de Cuetzalan

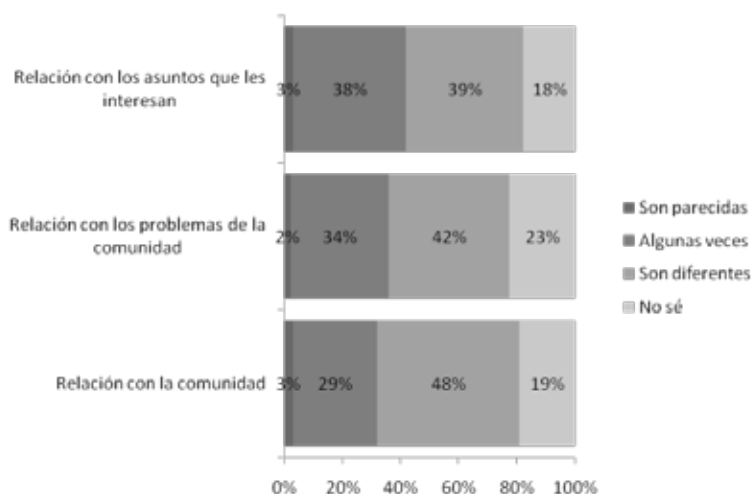


Fuente: Elaboración propia con base en todos los jóvenes entrevistados (138)

En el apartado de la relación entre la opinión pública y la ficción televisiva, se les preguntó a los jóvenes si sienten que existe relación entre los asuntos que les interesan, su comunidad y 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 cambio respecto de las preguntas anteriores. La respuesta más marcada siguió siendo la de señalarla como muy diferentes, con 39%, pero en esta ocasión los jóvenes contestaron que algunas veces sí son parecidas en un porcentaje más cercano a la primera respuesta, con 38%, mientras que quienes afirman que sí son parecidas no pudieron alcanzar 3%, y 16% no supo la relación (ver gráfica 6).

## Gráfica 6. Relación de la opinión pública y la ficción televisiva en los jóvenes de Cuetzalan



Fuente: elaboración propia con base en todos los jóvenes entrevistados (138).

En cuanto a la relación de las telenovelas con los problemas de la comunidad, las cifras fueron bastante parecidas a las de la pregunta anterior. El primer lugar fue la contestación “muy diferentes”, con 41%. Un tercio respondió que en algunas ocasiones, y 2% manifestó que son parecidas. 22% tampoco supo el grado de relación (ver gráfica 6).

Respecto de la relación con la realidad de su comunidad, los jóvenes opinaron que las telenovelas distan mucho de su entorno (48%). En contraste, 29% afirmó que algunas veces, y tan sólo 3% declaró que sí 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 gráfica 6).



## Conclusiones generales

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 alto grado 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 son diferentes: sus problemas y preocupaciones difieren de lo que las telenovelas proyectan, y en el caso de aproximarse, el asunto es tratado de manera distinta de como es tratado en la comunidad nahua.

Por ello, se confirma la hipótesis de partida, dado que, a pesar del gran nivel de consumo del género de 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 en su relación con la formación de la opinión pública. Los jóvenes nahuas anteponen sus valores socioculturales a los mensajes de las telenovelas, 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 estos jóvenes es su origen étnico y la realidad de su comunidad.

A su vez, el papel que desempeña 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, así como 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.

La identidad étnica desempeñó 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 se hallan estrechamente relacionados con su origen étnico, su identidad cultural y su situación personal, así como con la situación de la comunidad en 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.

## Bibliografía

- ÁVALOS, Spencer, *La reconstrucción de las identidades juveniles indígenas en la Sierra Norte de Puebla, México*, Tesis de maestría no publicada, Colegio de Postgraduados, Puebla, 2010.
- BÉJAR, Helena, "Rousseau: opinión pública y voluntad general", *REIS*, núm. 18, Centro de Investigaciones Sociológicas, Madrid, 1982, pp. 69-82.
- Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas, *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, 2006.
- DONCEL, Juan, "El indígena imaginado. Estereotipos presentes en el discurso sobre la población indígena", en Carlos Muñiz (coord.), *Medios de comunicación y prejuicio hacia los indígenas*, Fontamara, México, 2013, pp. 67-88.

- FEIXA, Carlos, Yanko González, "Territorios baldíos: identidades juveniles indígenas y rurales en América Latina", *Papers*, núm. 79, Universidad Autónoma de Barcelona, Barcelona, 2006, pp. 171-193.
- FLORESCANO, Enrique, *Memoria mexicana*, Fondo de Cultura Económica, México, 1987.
- GASTÉLUM, Yaltzi, *Cosmovisión indígena y gobernanza local: el caso de la Cooperativa Tosepan Titataniske*, tesis de maestría no publicada, Universidad Iberoamericana-Puebla, Puebla, 2013.
- HABERMAS, Jürgen, *Historia y crítica de la opinión pública. La transformación estructural de la vida pública*, Gustavo Gili, México, 1981.
- HAMUI-SUTTON, Alicia, "Un acercamiento a los métodos mixtos de investigación en educación médica", *Investigación en Educación Médica*, vol. 2, núm. 8, Universidad Nacional Autónoma de México, México, 2013, pp. 211-216.
- LIPPMANN, Walter, *La opinión pública*, C. de Langre, Madrid, 2003.
- LOZANO, José, *Teorías e investigación de la comunicación de masas*, Pearson-Educación, México, 2007.
- LULL, James, *Medios, comunicación, cultura. Aproximación global*, Amorrortu editores, Buenos Aires, 1995.
- MARX, Karl, Engels, Frederic, *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*, Grijalbo, Buenos Aires, 1974.
- MATTELART, Armand, Érik Neveu, *Introducción a los estudios culturales*, Paidós-Comunicación, México, 2004.
- MCCOMBS, Maxwell, *Estableciendo la agenda. El impacto de los medios en la opinión pública*, Paidós-Comunicación, Barcelona, 2004.
- MCCOMBS, Maxwell, *The News and public Opinion. Media effects on civic Life*, Polity Press, Cambridge, 2011.
- MCQUAIL, Dennis, *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*, Paidós-Ibérica, Barcelona, 2000.
- MORGAN, Michael, James Shanahan, "The State of Cultivation", *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, vol. 54, núm. 2, Broadcast Education Association, Filadelfia, EE.UU., 2010, pp. 337-355.
- MUÑOZ, Carlos, "El consumo televisivo y su papel en el fortalecimiento del prejuicio hacia los indígenas", en Carlos Muñoz (coord.), *Medios de comunicación y prejuicio hacia los indígenas*, Fontamara, México, 2013.
- NAVARRETE, Federico, *Los pueblos indígenas de México*, Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas, México, 2008.
- NOËLLE-Neumann, Elizabeth, *La espiral del silencio. Opinión pública: nuestra piel social*, Paidós, Barcelona, 2010.
- OROZCO, Guillermo, "Televisión y producción de interacciones comunicativas", *Comunicación y Sociedad*, vol.18, Universidad de Guadalajara, Guadalajara, México, 2012, pp. 39-54.
- OROZCO, Guillermo, "Dialéctica de la mediación televisiva. Estructuración de las estrategias de recepción por los televidentes", *Anàlisi Quaderns de comunicació i cultura*, núm. 15, Universidad Autónoma de Barcelona, Barcelona, 1993, pp. 31-44.
- OROZCO, Guillermo, "La audiencia frente a la pantalla. Una exploración del proceso de recepción televisiva" *Diálogos de la Comunicación*, núm. 30, Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social (FLACSO), Lima, 1991, pp. 54-63.
- OROZCO, Guillermo, "El reto de conocer para transformar. Medios, audiencia y mediaciones", *Comunicar*, Grupo Comunicar, Andalucía, núm. 8, 1987, pp.25-30.
- OROZCO, Guillermo, Vasallo, María, *Estrategias de producción transmedia en la ficción televisiva: anuario Obitel 2014*, Sulina, Porto Alegre, Brasil, 2014.
- PAREJA, Norma, "La comunicación y la cultura política. Una propuesta teórico-metodológica para analizar su relación", en Jorge Castillo (coord.), *La realidad de la comunicación política: relaciones de poder, actores y escenarios*, Fontamara, México, 2013, pp. 215-243.
- RAMÍREZ, César, *Necesidades de información en comunidades indígenas: El caso de la comunidad Tepehua*, UNAM, Centro Universitario de Investigaciones Bibliotecnológicas, México, 2009.
- RAMÍREZ, Carolina, Gabriel Jaimez, Pablo Valderrama, *Tejuan Titalnamikij... Nosotros somos el pasado. Reseña Etno-histórica del municipio de Cuetzalan en el siglo XIX*, Gobierno del Estado de Puebla, México, 1992.
- RIVADENEIRA, Raúl, *La opinión pública. Análisis, estructura y métodos para su estudio*, Trillas, México, 2014.

## **Anexo 1. 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. ¿Acostumbas 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 consideras la información de la televisión acerca de los valores culturales y tradiciones de tu municipio? ¿Por qué?
5. ¿Le darías un lugar determinante en tu 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**

1. ¿A qué grupo étnico perteneces?
2. ¿Cómo consideras que es el vínculo hacia tu grupo étnico?, ¿estás fuertemente ligado a tu grupo étnico?
3. ¿Eres consciente de tus raíces étnicas y de lo que éstas significan para ti?
4. ¿Haces cosas que te ayudan a entender mejor tu origen étnico? ¿Qué tan frecuente? ¿Qué cosas?
5. 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

1. ¿Podrías mencionar algunos de los problemas que tiene tu comunidad en estos momentos?
2. ¿Cuáles son los problemas que más afectan a tu comunidad en estos momentos?
3. En estos momentos, ¿sobre qué asunto o asuntos te interesa saber? ¿Por qué?
4. En estos momentos, ¿cuáles son tus preocupaciones respecto de la comunidad? ¿Por qué?
5. Según tu punto de vista, ¿las novelas o telenovelas se asemejan a la realidad de tu comunidad?
6. ¿Consideras que los temas de las telenovelas o telenovelas están relacionados con los problemas de tu comunidad?
7. ¿Consideras que los temas de las telenovelas o telenovelas están relacionados con los asuntos que te interesan? Sí es así, ¿con cuáles?
8. En algunas ocasiones, el único contacto entre gente nahua y no nahua es a través de la televisión. ¿Cómo crees que esa situación repercute en la relación entre gente nahua y gente que no habla náhuatl?
9. ¿Qué significa para ti la representación que hacen las telenovelas y telenovelas de un personaje nahua?

**Anexo 2. Instrumento cuantitativo**

**Cuestionario de preguntas cerradas**

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 <input type="checkbox"/> Hombre <input type="checkbox"/>
3	¿Hablas Náhuatl?	Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>
4	¿En qué grado vas en la escuela?	a) 1° de secundaria <input type="checkbox"/> b) 2° de secundaria <input type="checkbox"/> c) 3° de secundaria <input type="checkbox"/> d) 1° de bachiller <input type="checkbox"/> e) 2° de bachiller <input type="checkbox"/> f) 3° de bachiller <input type="checkbox"/> g) Otro: _____
5	¿Eres de San Miguel Tzinacapan?	Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>
6	¿Cuentas con televisión en casa?	Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>

7	¿Cuentas con computadora en casa?	Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>
8	¿Cuentas con internet en casa?	Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>
9	¿Cuentas con teléfono celular propio?	Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>
10	¿Cuentas con celular con internet?	Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>
11	¿Acostumbras ver la televisión?	Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>
12	Si tu anterior respuesta fue NO, elige una de las siguientes razones:	a) Porque me quita tiempo <input type="checkbox"/> b) Porque no es importante <input type="checkbox"/> c) No me gusta/no me llama la atención <input type="checkbox"/> d) Porque no tengo televisión <input type="checkbox"/> e) Otra: _____
13	¿Por qué razones ves la televisión? (Puedes marcar más de una opción)	a) No tengo televisión <input type="checkbox"/> b) Para informarme <input type="checkbox"/> c) Para entretenerme/divertirme <input type="checkbox"/> d) Para aprender cosas nuevas <input type="checkbox"/> e) Otra: _____
14	¿Con quién ves la televisión?	a) No tengo televisión <input type="checkbox"/> b) Con familia <input type="checkbox"/> c) Con amigos <input type="checkbox"/> d) Solo <input type="checkbox"/>
15	¿Qué tan determinante es la televisión en tu vida?	a) Muy determinante <input type="checkbox"/> b) poco determinante <input type="checkbox"/> c) Nada determinante <input type="checkbox"/>
16	¿Qué es lo que más ves en la televisión? (Puedes marcar más de una opción)	a) No tengo televisión <input type="checkbox"/> b) Telenovelas/Series <input type="checkbox"/> c) Noticieros <input type="checkbox"/> d) Caricaturas <input type="checkbox"/> e) Películas <input type="checkbox"/> f) Documentales <input type="checkbox"/> g) Deportivos <input type="checkbox"/> h) De concursos/familiares <input type="checkbox"/> i) Otro: _____
17	¿Con qué frecuencia ves telenovelas?	a) Mucho <input type="checkbox"/> b) De vez en cuando <input type="checkbox"/> c) Poco <input type="checkbox"/> d) Nada <input type="checkbox"/>
18	¿En los últimos tres meses has visto alguna telenovela?	Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>
19	Si tu respuesta fue sí, ¿qué telenovela o telenovelas viste?	Escribe aquí la/s telenovela/s: _____ a) No veo telenovelas <input type="checkbox"/>
20	¿Comentas el contenido de las telenovelas con alguien más?	Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> a) No veo telenovelas <input type="checkbox"/>

21	Si tu respuesta anterior fue sí, ¿con quién/quienes?	a) Con familia <input type="checkbox"/> b) Con amigos/compañeros <input type="checkbox"/> c) Con ambos <input type="checkbox"/> d) No veo telenovelas <input type="checkbox"/>
22	¿Cuál de los siguientes problemas afecta a tu comunidad en estos momentos? (Puedes marcar más de una opción)	a) Pobreza, falta de empleo <input type="checkbox"/> b) Contaminación, tala de árboles, agua contaminada, daño ambiental <input type="checkbox"/> c) Pérdida de la identidad étnica, tradiciones, cultura, lengua <input type="checkbox"/> d) Falta de apoyo al campo <input type="checkbox"/> e) Otro: _____ f) No sé <input type="checkbox"/>
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 <input type="checkbox"/> b) Sobre cómo resolver los problemas de contaminación <input type="checkbox"/> c) Sobre la escuela, aprender más <input type="checkbox"/> d) Sobre lo que sucede en mi país <input type="checkbox"/> e) Otro: _____ f) No sé <input type="checkbox"/>
25	Si tuvieras que escoger sólo un asunto de los anteriores, ¿cuál sería el asunto que te interesaría saber más?	Escribe aquí el asunto _____
26	¿Cuáles son tus principales preocupaciones respecto de tu comunidad en estos momentos? (Puedes marcar más de una opción)	a) La pérdida de costumbres, tradiciones, vestimenta, lengua <input type="checkbox"/> b) La contaminación de mi comunidad <input type="checkbox"/> c) Sobre lo que pasa en mi país <input type="checkbox"/> d) Sobre la escuela/aprender más <input type="checkbox"/> e) Sobre mi futuro <input type="checkbox"/> f) Otro: _____ g) No sé <input type="checkbox"/>
27	Si tuvieras que escoger sólo una preocupación de las anteriores, ¿cuál sería la mayor en estos momentos?	Escribe aquí la preocupación _____
28	Desde tu punto de vista, ¿las telenovelas se asemejan a la realidad de tu comunidad?	a) Sí, lo que pasa en las telenovelas se parece a mi comunidad <input type="checkbox"/> b) En algunas ocasiones <input type="checkbox"/> c) No, lo que pasa en las telenovelas y mi comunidad son diferentes <input type="checkbox"/> d) No sé <input type="checkbox"/>
29	Desde tu punto de vista, ¿las telenovelas tratan asuntos relacionados con los problemas de tu comunidad?	a) Sí, lo que pasa en las telenovelas se parece a los problemas de mi comunidad <input type="checkbox"/> b) En algunas ocasiones <input type="checkbox"/> c) No, lo que pasa en las telenovelas es diferente a los problemas de mi comunidad <input type="checkbox"/> d) No sé <input type="checkbox"/>

30	¿Consideras que las telenovelas están relacionadas con los asuntos que a ti te interesan?	a) Sí, mis intereses y lo que pasa en las novelas se parecen <input type="checkbox"/> b) Algunas veces <input type="checkbox"/> c) No, mis intereses no tienen nada que ver con lo que pasa en las telenovelas <input type="checkbox"/> d) No sé <input type="checkbox"/>
31	¿Has visto algún personaje indígena en la televisión?	Sí___ No___
32	Si has visto a un indígena en la televisión, ¿qué significó para ti?	a) Me interesó <input type="checkbox"/> b) Me dio igual <input type="checkbox"/> c) Me sentí identificada/o <input type="checkbox"/> d) Sentí que me tomaron en cuenta <input type="checkbox"/> e) Me sentí orgullosa/o de mi cultura <input type="checkbox"/> f) Otro: _____ g) No sé <input type="checkbox"/>
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 <input type="checkbox"/> b) A la discriminación a otros grupos étnicos <input type="checkbox"/> c) A que no veo mucha televisión <input type="checkbox"/> d) A que a otros grupos étnicos no les interesa salir en la televisión <input type="checkbox"/> e) Otro: _____ f) No sé <input type="checkbox"/>
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 <input type="checkbox"/> b) De acuerdo <input type="checkbox"/> c) Indiferente <input type="checkbox"/> d) En desacuerdo <input type="checkbox"/> e) Completamente en desacuerdo <input type="checkbox"/>
36	Me siento fuertemente ligado a mi grupo étnico	a) Completamente de acuerdo <input type="checkbox"/> b) De acuerdo <input type="checkbox"/> c) Indiferente <input type="checkbox"/> d) En desacuerdo <input type="checkbox"/> e) Completamente en desacuerdo <input type="checkbox"/>
37	Estoy consciente de lo que mi grupo étnico significa para mí	a) Completamente de acuerdo <input type="checkbox"/> b) De acuerdo <input type="checkbox"/> c) Indiferente <input type="checkbox"/> d) En desacuerdo <input type="checkbox"/> e) Completamente en desacuerdo <input type="checkbox"/>

38	A menudo hago cosas que me ayudan a entender mejor mi origen étnico	a) Completamente de acuerdo <input type="checkbox"/> b) De acuerdo <input type="checkbox"/> c) Indiferente <input type="checkbox"/> d) En desacuerdo <input type="checkbox"/> e) Completamente en desacuerdo <input type="checkbox"/>
39	Con el fin de aprender más sobre mi tradición cultural, he conversado con otras personas acerca de mi origen étnico	a) Completamente de acuerdo <input type="checkbox"/> b) De acuerdo <input type="checkbox"/> c) Indiferente <input type="checkbox"/> d) En desacuerdo <input type="checkbox"/> e) Completamente en desacuerdo <input type="checkbox"/>