

Televisión, diversidad y hegemonía cultural: un estudio comparado de los estereotipos étnicos dominantes en los sistemas televisivos de Chile y Francia¹

Television, diversity and cultural hegemony: A comparative study of the dominant ethnic stereotypes in the television systems of Chile and France

Televisão, diversidade e hegemonia cultural: um estudo comparativo dos estereótipos étnicos dominantes nos sistemas de televisão do Chile e da França

BERNARDO AMIGO, Universidad de Chile, Santiago, Chile [bamigo@uchile.cl]

MARÍA CECILIA BRAVO, Universidad de Chile, Santiago, Chile [mcecilia@uchile.cl]

CLAIRE SÉCAIL, Université Paris-Dauphine, PSL Research University, CNRS, IRISSO, LCP, París, Francia [claire.secaill@dauphine.fr]

PIERRE LEFÉBURE, Université Paris 13, Sorbonne Paris Cité, IRISSO, LCP, París, Francia [pierre.lefebure@univ-paris13.fr]

ALEXANDRE BORRELL, Université d'Orléans, CEPOC-POLEN / IRISSO, LCP, Orleans, París, Francia [alexandre.borrell@univ-orleans.fr]

RESUMEN

El presente artículo examina la permanencia de ciertos estereotipos étnicos dominantes en las emisiones televisivas de Chile y Francia. El método utilizado fue el análisis de pantalla mediante una tabla de etnorraciación de personas y personajes representados en los programas. De acuerdo con los resultados, mientras en el caso francés se da una subrepresentación de las denominadas *minorías étnicas* no blancas, en el caso chileno se observa una tensión entre la autodefinición implícita como sociedad blanca y el hecho de que las personas y personajes representados en la televisión son más blancos que la mayoría de la población.

Palabras clave: televisión, hegemonía cultural, estereotipos, representación televisiva, estudios comparados.

ABSTRACT

This paper analyzes the persistence of certain dominant ethnical stereotypes in television broadcasts in Chile and France. The method used was screen analysis, using an ethnic matrix of people and characters on TV. The results show that non-white ethnic minorities are underrepresented in France. In Chile, there is a tension between the self-perception of the population as white and the fact that people and characters on TV are 'whiter' than the majority of the population.

Keywords: television, cultural hegemony, stereotypes, television representation, comparative studies.

RESUMO

Este artigo analisa a permanência de certos estereótipos étnicos dominantes nas transmissões de televisão do Chile e da França. O método utilizado foi o análise de imagem televisiva utilizando uma matriz étnica de pessoas e personagens representados nos programas. De acordo com os resultados, enquanto no caso francês há uma clara sub-representação das chamadas *minorias étnicas* não-brancas, no caso do Chile há uma tensão entre a auto-definição implícita como a sociedade branca e o fato de que as pessoas e personagens representados no televisão são mais brancos do que a maioria da população.

Palavras-chave: televisão, hegemonia cultural, estereótipos, representação televisiva, estudos comparativos.

Forma de citar:

Amigo, B., Bravo, M.C., Sécaill, C., Lefébure, P. y Borrell, A. (2016). Televisión, diversidad y hegemonía cultural: un estudio comparado de los estereotipos étnicos dominantes en los sistemas televisivos de Chile y Francia. *Cuadernos.info*, (39), 151-164. doi: 10.7764/cdi.39.754

INTRODUCCIÓN

En noviembre de 2005, a raíz de graves disturbios ocurridos en los suburbios de París y otras ciudades de Francia, el entonces presidente francés, Jacques Chirac, hizo un llamado a intensificar la lucha contra la discriminación, aludiendo en particular a los programas de televisión. Este llamado se tradujo, en marzo de 2006, en la *Ley relativa a la igualdad de oportunidades*. Entre otras directivas, dicha normativa legal encargó al Consejo Superior del Audiovisual (Conseil Supérieur de l'Audiovisuel, CSA), órgano regulador de la televisión, la radio y los servicios web interactivos del país europeo, preocuparse de que “la programación de los medios de comunicación (audiovisuales) refleje la diversidad de la sociedad francesa” (Legifrance, 2016).

Ocho años después, en Chile, en el marco de la introducción de la Televisión Digital Terrestre, se promulgó la Ley 20.750 (Biblioteca del Congreso Nacional de Chile [BCN], 2014), la cual vino a modificar la normativa que regula el funcionamiento de la televisión y, con ello, el alcance de las atribuciones del Consejo Nacional de Televisión de Chile (CNTV), al introducir un inciso específico relativo al pluralismo. En este contexto, se lo entiende como “el respeto a la diversidad social, cultural, étnica, política, religiosa, de género, de orientación sexual e identidad de género (...)”, agregándose que es “deber de los concesionarios y permisionarios de servicios de televisión, regulados por esta ley, la observancia de estos principios” (Artículo 1º, inciso tercero).

Motivados por situaciones distintas, pero inspirados por un objetivo común de profundización del pluralismo, la legislación y los organismos regulatorios de la televisión en Francia y Chile han buscado instalar una política pública de promoción y respeto de la diversidad social en las representaciones de este medio de comunicación en ambos países.

Con el objeto de hacer un diagnóstico de la representación de la diversidad de la sociedad francesa en la televisión, el Observatorio de la Diversidad en los Medios Audiovisuales del CSA encargó un estudio al respecto a un equipo encabezado por el sociólogo Éric Macé, el año 2008. Esta investigación estableció que, pese a la vigencia de la ley, los programas de la televisión francesa favorecían largamente la representación de personas/personajes percibidos como blancos, de clase alta y jóvenes (Macé, 2008). En el caso de la dimensión de género, si bien la representación de hombres y mujeres resultaba similar a la existente en la sociedad francesa, la distribución de roles principales asignados a cada género favorecía a los hombres.

Los resultados de este estudio dieron origen en el año 2009 al Barómetro de la Diversidad del CSA, el cual publica un informe anual cuyo objetivo es medir la diversidad en la televisión según cuatro criterios: clase social, género, origen étnico y discapacidad percibida. Dichos informes forman parte de los documentos que el CSA utiliza en su cuenta anual al Parlamento de Francia, respecto de la representación de la diversidad de la sociedad francesa en la televisión. En los últimos tres años, el informe ha establecido que el 86% de las personas y personajes representados en las emisiones televisivas francesas de información, ficción y no ficción, son percibidos como blancos, y sólo un 14% como pertenecientes a otros grupos étnicos, tales como *negros, árabes o asiáticos*.

En Chile, la preocupación por los desequilibrios en la representación televisiva de diversos grupos sociales ha sido un interés permanente del Departamento de Estudios del CNTV. Así lo demuestra un conjunto importante de estudios realizados por este organismo desde el año 2005 (CNTV, 2016). Entre estos, la Encuesta Nacional de Televisión que desarrolla dicha institución cada tres años, consulta sobre la evaluación de la televisión abierta nacional según los actores que aparecen poco y se perciben como perjudicados. De acuerdo con las respuestas, los grupos más castigados por parte de este medio, tanto en términos cuantitativos (presencia), como cualitativos (valoración), son indígenas, sujetos de sectores populares y personas homosexuales. Por el contrario, los con mayor presencia y a la vez más favorecidos fueron las personas/personajes de la TV, sujetos de sectores acomodados y las autoridades políticas y de gobierno, según lo declarado por las personas encuestadas (CNTV, 2014).

Sin embargo, en el caso de Chile, la dimensión étnica de la representación televisiva no ha sido suficientemente abordada por la investigación sociológica y socioantropológica. Casi la totalidad de los estudios recientes revisados hacen referencia a los procesos de invisibilización o de estigmatización de las denominadas minorías étnicas y/o culturales, sin profundizar en el análisis de procesos previos, que son el marco ideológico y de acción para la ocurrencia de este tipo de discriminación. Una de las limitantes simbólicas que dificulta dicha profundización reflexiva es la propia autodefinición étnica predominante, la cual resulta difícil de abordar en sociedades que se consideran blancas y que, bajo este adjetivo, esconden la diversidad y el mestizaje.

La construcción de la diversidad en Chile ha sido y es un proceso largo y complejo. Durante largos períodos se constata *el silencio de la diversidad*. La auto-imagen de Nación y Estado que se trató de construir requería la negación de las diversidades. (Bengoa, 2003, p. 38)

La hipótesis que anima este trabajo es que pareciera existir, en el caso chileno, una tensión entre la auto-definición implícita como sociedad blanca y el hecho de que las personas y personajes representados en los medios audiovisuales son *más blancos* que la mayoría de la población. Lo anterior, unido a las características históricas de la distribución del poder económico, político y cultural en Chile (Sepúlveda, 2010), operaría en función de la producción y reproducción de un modelo simbólico-étnico blanco, dominante en la televisión de alta audiencia, que privilegia la representación de personas blancas por sobre la mayoría mestiza en este medio de comunicación.

Teniendo en cuenta los trabajos desarrollados previamente por el CSA de Francia y por el CNTV de Chile respecto del tema, este artículo recoge parte de los resultados de una investigación comparada que lleva a cabo un equipo compuesto por investigadoras e investigadores del Laboratorio Cultura Mediática de la Universidad de Chile y del Laboratoire Communication et Politique de l'Université Paris-Dauphine, de Francia. Si bien la mencionada investigación tiene por objeto principal la comparación de los procesos de mediación televisiva de las campañas presidenciales en ambos países, la pregunta por la representación étnica en la televisión y su contraste con la diversidad social resultó un elemento basal para comprender la relación del sistema televisivo con la sociedad, y sus dinámicas de hegemonía y contrahegemonía cultural. Con el objeto de hacer posible la comparación entre las realidades de los dos países, se utilizaron los mismos criterios metodológicos del informe anual sobre diversidad del CSA.

MARCO TEÓRICO

RELEVANCIA SOCIAL DE LA TELEVISIÓN Y REGULACIÓN

De acuerdo con la VIII Encuesta Nacional de Televisión (CNTV, 2014), en Chile existe un promedio de 2,6 televisores por hogar, lo que se acerca a las cifras que muestran países desarrollados. En Francia, el 98,3% de los hogares tiene, por lo menos, un televisor, existiendo un promedio de 6,1 pantallas por hogar. Esta cifra incluye todo tipo de dispositivos a través de los cuales es posible ver televisión y conectarse a internet

(CSA, 2014). De manera similar, en Chile, los dos estudios especializados—el de la Subsecretaría de Telecomunicaciones (SUBTEL 2014) y el del Consejo Nacional de Televisión (CNTV, 2014)—señalan un crecimiento importante del equipamiento convergente de televisión e internet. Antes, una familia ocupaba solo el computador estacionario de la casa para acceder a internet; hoy, el 26,7% de los hogares chilenos está conectado vía smartTV (CNTV, 2014).

Sin embargo, la constatación más importante para efectos de nuestra investigación es el hecho de que, tanto en Francia como en Chile, la televisión sigue siendo el medio de comunicación de mayor relevancia. En el caso de Chile, el 93% de las personas dice ver habitualmente la televisión (CNTV, 2014), mientras que en Francia lo expresa el 87,7% (CSA, 2014).

En otras palabras, el medio de comunicación tradicional al que más se exponen chilenos y franceses en búsqueda de información, entretenimiento y conocimiento, sigue siendo la televisión. Resulta muy significativo cómo, aun en condiciones de expansión de internet y de progresiva convergencia tecnológica, la televisión se las ha arreglado para adaptarse a estas transformaciones, logrando mantenerse como uno de los principales medios de comunicación en nuestra sociedad.

En ambos países, los datos de acceso y consumo de tecnologías y sistemas de comunicación e información (CSA, 2014; SUBTEL, 2014; CNTV, 2014) indican que, lejos de producirse un desplazamiento de las audiencias televisivas hacia los nuevos medios, lo que está pasando es un cambio en las formas de consumo mediático desde un modo que podríamos denominar *secuencial y monomediático*, donde ver un programa de televisión es alternativo a usar internet o comunicarse por teléfono, a uno *simultáneo y multimediático*, donde Facebook, Twitter o WhatsApp, el televisor, la *tablet* o el *smartphone* son utilizados, cada vez con mayor frecuencia, en un mismo espacio y tiempo, de manera simultánea (Morduchowicz, 2008).

Las redes sociales permiten a las personas ampliar la sala de estar de sus casas para continuar la conversación mientras miran un programa en la TV, o para comentar con cientos, miles y hasta millones de otros telespectadores aquello que sucede en la pantalla. Buena parte de los programas en vivo, tanto en la televisión chilena como en la francesa, han incorporado esta conversación *online* de las redes sociales como un elemento principal en las lógicas discursivas de muchos programas de concurso, *talk shows* y misceláneos, los cuales mantienen una permanente retroalimentación

con sus audiencias, incorporándolas en aspectos decisivos de la emisión.

En sociedades mediatizadas, tales como las de Chile y Francia, gran parte de los saberes que tienen las personas respecto del mundo no provienen de su propia experiencia, sino más bien de los discursos, imágenes y representaciones difundidos por los medios de comunicación, especialmente de la televisión (Muñiz, Marañón & Saldierna, 2013). Esto es, justamente, lo que convierte al medio televisivo en una poderosa instancia de socialización.

Es habitual que la discusión pública se interrogue respecto de la influencia de los discursos, imágenes y representaciones difundidos por la televisión sobre el espacio público y la vida cotidiana de las personas. En muchos países del mundo, esta preocupación social está en el origen de la existencia de organismos estatales dedicados, específicamente, a la regulación de este medio de comunicación. Tal es el caso del Consejo Nacional de Televisión en Chile y del Consejo Superior del Audiovisual en Francia.

El Consejo Nacional de Televisión (CNTV, *s/f*, párr. 1) se define como “el organismo que debe velar por el correcto funcionamiento de la televisión chilena a través de políticas institucionales que tiendan a orientar, estimular y regular la actividad de los actores involucrados en el fenómeno televisivo”. En términos más específicos, las labores del CNTV se orientan a fiscalizar el contenido de las emisiones televisivas; procesar las denuncias ciudadanas respecto de posibles transgresiones en las que pudieran haber incurrido dichas emisiones; fomentar el desarrollo de programas culturales de interés público; llevar a cabo investigaciones sistemáticas sobre el impacto de la TV en la sociedad chilena; otorgar, modificar y poner término a las concesiones de la televisión abierta; financiar o subsidiar la instalación de antenas para la transmisión en las zonas extremas del territorio nacional; subsidiar a los canales de televisión abierta, para implementar un sistema que facilite el acceso a la población con discapacidad auditiva. Junto con lo señalado, desde la entrada en vigencia de la Ley 20.750 en 2014, tiene la labor de velar por el respeto a la diversidad social, cultural, étnica, política, religiosa, de género, de orientación sexual e identidad de género.

En Francia, el Consejo Superior del Audiovisual (CSA, *s/f*, párr. 1) tiene por misión “garantizar la libertad de comunicación audiovisual”. En ese sentido, la ley le da amplias responsabilidades: proteger la integridad de niñas y niños respecto de mensajes y representaciones inadecuados; vigilar el respeto al

pluralismo; limitar la concentración de la propiedad de los medios audiovisuales; organizar las campañas electorales en radio y televisión; asegurar el rigor en el procesamiento de la información; asignar las frecuencias a los operadores; velar por el respeto a la dignidad de la persona humana; hacer accesible los programas a personas con discapacidad auditiva o visual. Además, el CSA es responsable de velar por la defensa de la lengua y la cultura francesa en los programas de televisión. Desde 2006, se le ha encomendado la tarea de garantizar la representación de la diversidad de la sociedad francesa en los programas radiales y televisivos.

Con énfasis distintos, pero con importantes similitudes en su misión principal, aquello que se desprende de las labores y tareas definidas para ambos organismos es la enorme relevancia institucional, social, política y cultural que los Estados chileno y francés han otorgado y siguen otorgando a la televisión.

ESTEREOTIPOS Y HEGEMONÍA CULTURAL

Toda operación discursiva implica definir un mundo, asumir un punto de vista y construir una secuencia causal de los eventos, a través de un dispositivo tecnológico y simbólico particular (Ortiz, 2013). En otros términos, un discurso —incluidos en esta noción aquellos que son producidos por la televisión—, lejos de ser un reflejo puro de la realidad, representa la producción de una forma de pensar respecto del mundo. Por otra parte, las representaciones que vemos y escuchamos a diario son generadas no solo por el sujeto o la instancia enunciativa concreta que las expresa, sino que también corresponden al conjunto de ideas que circulan en la sociedad bajo la forma de sentidos comunes, respecto de cuyo grado de ajuste con los objetos o sujetos representados pocas veces nos detenemos a reflexionar. Esas formas de pensar y representar la realidad a menudo adquieren la forma de estereotipos socioculturales.

Según Quin y McMahon (1997), un estereotipo es “una imagen convencional, acuñada, un prejuicio popular sobre grupos de gente. Crear estereotipos es una forma de categorizar grupos según su aspecto, conducta o costumbres” (p. 139).

Desde un punto de vista cognitivo, los estereotipos ayudan a dar estabilidad y hacen predecible el mundo, en la medida en que permiten reducir la complejidad y, con ello, la incertidumbre, generando condiciones de seguridad en los sujetos. Sin embargo, por el mismo motivo, establecen representaciones fijas y simplistas de la realidad, de un grupo social o de una persona.

Los estereotipos son construcciones mentales necesarias para la elaboración y percepción de la realidad en nuestra vida diaria y elementos necesarios en la narración de historias para medios audiovisuales, pues simplifican la realidad con el objetivo de que ésta pueda ser captada y aprehendida por el espectador. No obstante, el problema radica en la reiteración de representaciones tradicionalmente asignadas a hombres y mujeres, a grupos sociales o a determinadas profesiones, con el fin de que éstos sean fácilmente reconocibles por el público; aspecto que no hace otra cosa que perpetuar imágenes estandarizadas y convencionales, a menudo cargadas de connotaciones negativas. (Galán, 2006, p. 77)

Si bien la producción de estereotipos no es una práctica exclusiva de los medios de comunicación, las características del dispositivo enunciativo de la televisión, regido por la inmediatez (Lacalle, 2008); la superposición vertiginosa de discursos de ficción y realidad (Amigo, Bravo & Osorio, 2014), por la necesidad imperiosa de la entretención como forma de fidelizar a su público (Lochard & Boyer, 2004); la inscripción icónico-indicial de cuerpos y objetos concretos y singulares al interior de sus discursos (Fuenzalida, 2012), tienen como resultado la proliferación de representaciones estereotipadas. Lo anterior, unido a su relevancia social y cultural tanto en el espacio público como en la vida cotidiana de los sujetos, otorga una potencia enorme al impacto de las representaciones vehiculizadas por este medio.

La construcción y difusión de estereotipos sociales y culturales en la televisión es el resultado de un proceso arbitrario de selección y combinación de elementos de la realidad, en función de intereses particulares o a partir de la reproducción de valores y categorías dominantes en la esfera social, expresada en términos de sentidos comunes. Este proceso paradigmático/sintagmático, no opera de manera aleatoria, sino que busca destacar o invisibilizar aquello que coincide, o no, con las intenciones enunciativas del medio. En otras palabras, responde a claves simbólicas de producción y reproducción de un sistema dominante de ideas respecto del mundo, el cual se instala de manera hegemónica en la cultura.

Para Gramsci (citado por Szurmuk e Irwin, 2009), el concepto de hegemonía cultural permite una mejor explicación de los procesos a través de los cuales ciertos grupos o clases sociales ejercen su dominio simbólico sobre otros. Desde este punto de vista, la hegemonía cultural de un grupo significa que sus formas de representar la realidad, sus valores y visión del mundo se

convierten en un sentido común compartido por el conjunto de la sociedad:

Lo que buscaba Gramsci era analizar la dialéctica entre coerción y consenso dentro de ese proceso y, al mismo tiempo, superar las interpretaciones economicistas de la historia y la política al introducir de manera central el papel de la cultura dentro del análisis de la dominación. (Szurmuk & Irwin, 2009, p. 124)

Para García Canclini, la perspectiva sostenida por Gramsci corresponde a un proceso complejo que no debe ser entendido como un simple juego de oposiciones binarias entre hegemónicos y subalternos:

Los cruces entre lo culto y lo popular vuelven obsoleta la representación polar entre ambas modalidades de desarrollo simbólico, y relativizan, por lo tanto, la oposición política entre hegemónicos y subalternos, concebida como si se tratara de conjuntos totalmente distintos y siempre enfrentados. (García Canclini, 1989, p. 323)

Desde este punto de vista, las condiciones de instalación y propagación de los estereotipos difundidos desde los medios de comunicación, en particular desde la televisión, suponen una enorme ventaja simbólica de legitimación de los mismos, por sobre otros que circulan de manera paralela o alternativa a la comunicación mediática. Por este mismo motivo, la observación y análisis de dichas representaciones televisivas estereotipadas nos brindan la gran oportunidad de penetrar en las lógicas y sentidos que adquiere la hegemonía cultural. Al respecto, existe una larga tradición de investigaciones en ciencias sociales (Marcos, 2014).

CHILE: ¿UNA SOCIEDAD BLANCA?

Una investigación reciente (Fuentes et al., 2014) establece que el genoma de los habitantes de Chile proviene en un 51,9% de personas de origen europeo; en un 44,3% de amerindios; y en un 3,8% de africanos subsaharianos. Con estos promedios, es muy difícil que las poblaciones genéticamente de origen europeo, amerindio o africano, no estén mezcladas. Solo un porcentaje muy menor de los habitantes de Chile podría haber mantenido su origen genético, sin mezclarse con los otros grupos.

De hecho, otro estudio al respecto señala:

(...) en Chile el proceso [de raciación] se vincula estrechamente a una determinada estratificación socioeconómica: españoles de estrato social más alto, que no se mezclaron; la mezcla entre españoles europeos y mujeres mestizas en el estrato medio; finalmente, el estrato más bajo concentró las mezclas entre

mestizos-mestizos o mestizos-amerindios. Recíprocos apareamientos entre mujeres europeas y hombres amerindios rara vez ocurrieron. (...) En Chile ha sido propuesto un Marco de Referencia Sociogenético para estudios en Salud Pública. El fundamento de dicho marco es la demostración que el porcentaje de mezcla aborigen es casi inexistente en estratos socioeconómicos altos, y surge e incrementa en una gradiente hasta llegar a ser casi el 50% en los estratos bajos. Los estratos sociogenéticos son: alto (5%), de población sin componente amerindio, un estrato medio (20%) con 20% de mezcla amerindia, y un estrato bajo (75%) con 35% a 40% de mezcla amerindia. (Vanegas, Villalón & Valenzuela, 2008, pp. 638-639)

Todo indicaría que los chilenos son, en su gran mayoría y desde el punto de vista biológico, *objetivamente* mestizos.

Sin embargo, hace tiempo que la antropología demostró que las *razas* no existen de manera objetiva. Lo que existe son grupos e individuos respecto de los cuales se construyen estereotipos que les asignan atributos negativos o positivos, ligados a un supuesto *origen racial* (Marcos, 2014). Los genes o la fisonomía corporal de los sujetos y grupos de individuos tampoco pueden ser objetivados bajo supuestos parámetros universales. La noción de raza permite legitimar un trato discriminatorio por parte de grupos dominantes o mayoritarios, construyéndose así una jerarquía de los grupos humanos.

De este modo, los grupos *étnicos* no tienen una existencia objetiva. La historia y las ciencias sociales nos demuestran que no hay grupos de personas que sean homogéneos y estables desde el punto de vista cultural, susceptibles de ser jerarquizados sobre una noción estrecha de desarrollo (Jelin, 2014). Los conceptos de raza y grupos étnicos corresponden a construcciones simbólicas arbitrarias.

No obstante lo señalado, los patrones simbólicos de raza y etnia parecen seguir operando como representaciones estereotipadas de individuos y personas en los sentidos comunes circulantes. Esto podría explicar la ausencia de identificación como mestizos de la mayor parte de los chilenos, o la dificultad de construir una identidad francesa por parte de franceses de origen no europeo: la carga simbólica y social que significa ser *indio*, *moreno* o *descendiente de extranjero* en un país que se representa a sí mismo como blanco, tal como es el caso de Francia y Chile.

En otras palabras, si bien para las ciencias sociales las categorías de raza y origen étnico resultan anacrónicas, pareciera que en la vida cotidiana de las personas,

en el espacio público social y en el espacio mediático, persisten perspectivas hegemónicas que las sustentan, actualizan, sofistican y difunden. Más aún, estas perspectivas, si bien arbitrarias en lo fundamental, no dejan de ser motivadas por elementos fácticos: la apariencia física, la fisonomía de los sujetos, sus costumbres y comportamientos, sus creencias y gustos. A este proceso de atribución de raza o etnia, Eric Macé (2013) lo denomina *etnorraciación*.

METODOLOGÍA

Con el objeto de establecer los niveles de representación de la diversidad étnica de la sociedad chilena en la televisión y su comparación con los datos similares de la televisión francesa, la investigación se propuso replicar la metodología utilizada en Francia por el CSA.

Tal como en el caso francés, no se buscó dar cuenta de la realidad del origen étnico de las personas y personajes representados por la televisión. El objetivo fue, más bien, dar cuenta de la manera en que ellos son percibidos —en situación de recepción— a partir, de los sentidos comunes circulantes en la sociedad chilena; y de la información, susceptible de ser objetivada, respecto de rasgos fisonómicos/culturales, tales como color de la piel, color del pelo, rasgos faciales, tipo de ropa, entre otros. Para dicho efecto, se elaboró una tabla de indexación cuyo objeto fue retener los marcadores de etnorraciación.

Una primera dificultad que plantea la operación de indexación es el ajuste entre la atribución intersubjetiva y los datos fisonómicos objetivables. En el caso chileno, el sentido común indica que se trata de una sociedad principalmente blanca, pero los datos fisonómicos señalan la presencia de un importante grupo de personas mestizas. Por otra parte, el tipo antropofísico definido como *blanco* en el estudio francés, no correspondía completamente al que se definía como *blanco* en Chile. Para resolver este problema, se procedió a desagregar lo *blanco intersubjetivo* chileno, en tres categorías objetivables: Rubio (tez blanca, color de pelo claro), Blanco (tez blanca, color de pelo oscuro) y Moreno (tez no blanca, color de pelo negro).

El cruce entre las apreciaciones intersubjetivas y las características físicas objetivables, está justificado por la necesidad de generar un instrumento que permita la emergencia (o no) de distorsiones y diferencias entre unas y otras, lo que debería hacer evidente la existencia (o no) de una tendencia en las formas de representación televisiva atribuible a la operación de un mecanismo

de hegemonía cultural. Por ejemplo, una persona/personaje puede ser considerada *Blanca*, pero al describirla se hace a partir del marcador *Morena*. En este caso, lo *Moreno* se opone a lo *Rubio* y a lo *Blanco*. Así, el tipo antropofísico *Blanco* francés calzó con los tipos *Rubio* y *Blanco* presentes en Chile, pero se distinguió del *Moreno* de este mismo país.

Como esto no es sustentable por sí solo, se consideró la necesidad de establecer cruces entre diferentes tipos de marcadores que permitieran objetivar el sentido común a partir de información histórica, demográfica y de estratificación social. Por ejemplo, debería producirse una mayor frecuencia entre la condición de *Rubio* o *Blanco* y el marcador *Clase Alta*, dadas las condiciones de distribución del poder político, económico y cultural en Chile (Vanegas et al., 2008). Lo mismo para el marcador *Moreno* con un indicador de *Contextura* (delgada, media, gruesa): de acuerdo con los datos fisonómicos, debería ser más recurrente la condición de *Moreno* con la de *contextura Media* o *Gruesa*.

Una segunda dificultad fue la divergencia existente entre los sentidos comunes que definen los estándares culturales de ambos países respecto de lo blanco y lo no blanco. Por ejemplo, las categorías de sentido común sobre el aspecto étnico definidas por el estudio francés establecían dos dimensiones polares (blanco/no blanco) y la desagregación de esta última:

- Blanco(a)
- No blanco(a):
 - › Negro/a
 - › Árabe
 - › Asiático/a
 - › Otro/a

Luego de cotejar los aspectos intersubjetivos y los objetivables en el caso chileno, las categorías de sentido común consensuadas resultaron ser seis, no coincidiendo con las utilizadas por el estudio francés. Las categorías fueron:

- Rubio(a)
- Blanco(a)
- Moreno(a)
- Indígena
- Negro(a)
- Latinoamericano(a)
- Otra:
 - › Asiático(a)
 - › Europeo(a) – Norteamericano(a)

Sin embargo, esta situación de divergencia no presentó un problema significativo, toda vez que la comparación de las representaciones televisivas del origen étnico se hace en función de la realidad social de la diversidad étnica en cada país. En otras palabras, como la variable independiente es la diversidad, esta es la que se puede aplicar a la comparación. Por otra parte, tal como se señaló antes, las categorías *Rubio(a)* y *Blanco(a)*, del caso chileno, resultan equivalentes a la de *Blanco(a)* del caso francés, pues corresponden al biotipo fisonómico europeo, nórdico y caucásico, respectivamente, principal tipo presente en la sociedad francesa. Por esta razón, para efectos de la comparación con el informe del Barómetro de la Diversidad del CSA, homologamos el binomio *Rubio(a) – Blanco(a)* del trabajo chileno, con la categoría *Blanca(o)* del francés.

Los marcadores de etnorraciación se construyeron a partir de tres vías: (i) la propia experiencia cultural de los y las investigadoras chilenas; (ii) una encuesta a 36 personas (18 hombres y 18 mujeres) habitantes de diferentes comunas de Santiago de Chile, de edades entre 22 y 45 años, pertenecientes a grupos socioeconómicos C1, C3 y D; y, por último, (iii) datos extraídos de la bibliografía especializada.

Se realizaron cuatro tests independientes sobre un corpus aleatorio de programas de diversos géneros y formatos de la televisión abierta de Chile (ficción, misceláneos, información, telerrealidad, reportajes, telenovelas, etcétera), agrupados en tres categorías: ficción, no ficción e información. Por otra parte, se establecieron parámetros y rangos para la observación de aquellos elementos de mayor dificultad en su objetivación; por ejemplo: para el indicador *Edad*, el marcador *Niño(a)*, se referenció como la percepción de un sujeto en tanto perteneciente al grupo etario de 4 a 12 años; y para el marcador *Adulto(a)* *Joven*, a la percepción de un sujeto de rango etario entre 30 y 39 años. Para el caso de la determinación de elementos técnicos o teóricos, tales como el indicador *Rol Actancial*, se instruyó a los y las observadoras en las categorías utilizadas por Propp complementadas por Greimas (1966).

Estas operaciones permitieron adecuar y objetivar el instrumento y consensuar las categorías que se utilizarían. Así, la tabla final de indexación de marcadores de etnorraciación quedó constituida de la siguiente forma:

TABLA DE INDEXACIÓN DE ETNORRACIACIÓN**A. REPRESENTACIÓN BIOLÓGICA DE LA PERSONA-PERSONAJE:**

a) Aspecto étnico percibido:	Rubio / Blanco / Moreno / Pueblo originario / Negro / Latinoamericano / Otros (Asiático / Europeo - Norteamericano)
b) Sexo biológico percibido:	Mujer / Hombre
c) Edad percibida:	Guagua (bebé) / Niño(a) / Adolescente / Joven / Adulto(a) Joven / Adulto(a) / Tercera Edad / Cuarta Edad
d) Contextura percibida:	Muy delgada / Delgada / Atlético / Media / Gruesa / Obesa
e) Estatura percibida:	Baja / Media / Alta / Sin referencias

B. REPRESENTACIÓN SOCIOCULTURAL DE LA PERSONA-PERSONAJE:

a) Clase social percibida:	Acomodada (alta) / Media / Popular (baja)
b) Nivel cultural percibido:	Refinado / Instruido / Popular / Vulgar

C. REPRESENTACIÓN IDENTITARIA DE LA PERSONA-PERSONAJE:

a) Identidad de género percibida o declarada:	Femenino / Masculino / Gay / Lesbiana / Transgénero / Queer / Otra
b) Identidad regional-nacional percibida o declarada:	Chileno urbano / Chileno capitalino / Chileno rural / Extranjero (latinoamericano) / Extranjero (europeo-norteamericano) / Otros / No se puede establecer

D. ROL ASIGNADO A LA PERSONA-PERSONAJE:

a) Rol actancial:	Héroe / Villano / Antagonista / Coadyudante / Neutral / Narrador / Víctima
b) Rol televisivo:	Principal / Secundario

Tabla 1. Tabla de indexación de etnorraciación

Fuente: Elaboración propia.

Para la construcción del corpus del estudio chileno, se estableció una muestra correspondiente al total de programas emitidos por las cuatro emisoras de televisión con mayor *rating* (Mega, Chilevisión, Canal 13, TVN), en el horario de 17:00 a 23:00 horas, la semana que va desde el lunes 29 de agosto al domingo 4 de septiembre de 2016. De dicha muestra, se observó un total de 155 programas y se indexaron 2.458 personas/personajes. Se excluyeron la publicidad, los públicos masivos y personajes no humanos. Al igual que en el estudio francés, solo se consideraron las personas/personajes que hicieron uso de la palabra.

Para el análisis, siguiendo a Dixon y Linz (2000), se utilizaron tres estrategias de relación respecto de la representación televisiva de los diferentes grupos étnicos percibidos en los programas analizados: (i) la relación entre grupos étnicos distintos (porcentaje de presencia de cada uno); (ii) la relación de los roles asignados a cada grupo (principal/secundario); y (iii) la relación entre los datos de diversidad de la representación televisiva, con la información estadística de la realidad social.

RESULTADOS Y ANÁLISIS

A continuación se presentan los resultados y su análisis según la relación entre los grupos étnicos, entre los roles asignados, y la comparación con la información de la realidad social.

RELACIÓN ENTRE GRUPOS ÉTNICOS DISTINTOS

Se examinó la relación entre los distintos grupos étnicos tanto en términos globales, consolidados, como según géneros televisivos, considerando entre estos últimos las categorías Ficción, No ficción e Información.

De las personas/personajes representados en la muestra de programas difundidos por las cadenas televisivas chilenas de la muestra, el 70% es reconocido como *Rubio(a)* y *Blanco(a)*. Si homologamos estas categorías chilenas a la de *Blanco(a)* francesa, la cifra es menor a la del estudio europeo, donde este marcador figura con un 86%.

Por otra parte, las personas/personajes percibidos como *Moreno(a)* correspondieron al 22% en la muestra chilena. Y las personas/personajes percibidos como *Pueblo Originario* alcanzaron un 4%; *Negro*, 1%, *Extranjero Latinoamericano*, 2%; y *Otra*, 1%.

Respecto a la distribución por género televisivo, y considerando en primer lugar la Ficción, se encontró que la tasa de personajes considerados *Rubio(o)* y *Blanca(o)*, corresponde a 79% en el caso chileno y a 84% para *Blanca(o)* en el caso francés. En Chile, la categoría *Moreno* representó el 11%. Las otras categorías, en su conjunto, constituyeron el 12%, distribuidos en *Pueblo Originario*, 2%; *Negro*, 2%; *Latinoamericano*, la más representada en este grupo, 4%; y *Otra*, 2%. El informe del estudio francés no especifica cómo se desagrega la categoría *No Blanco*.

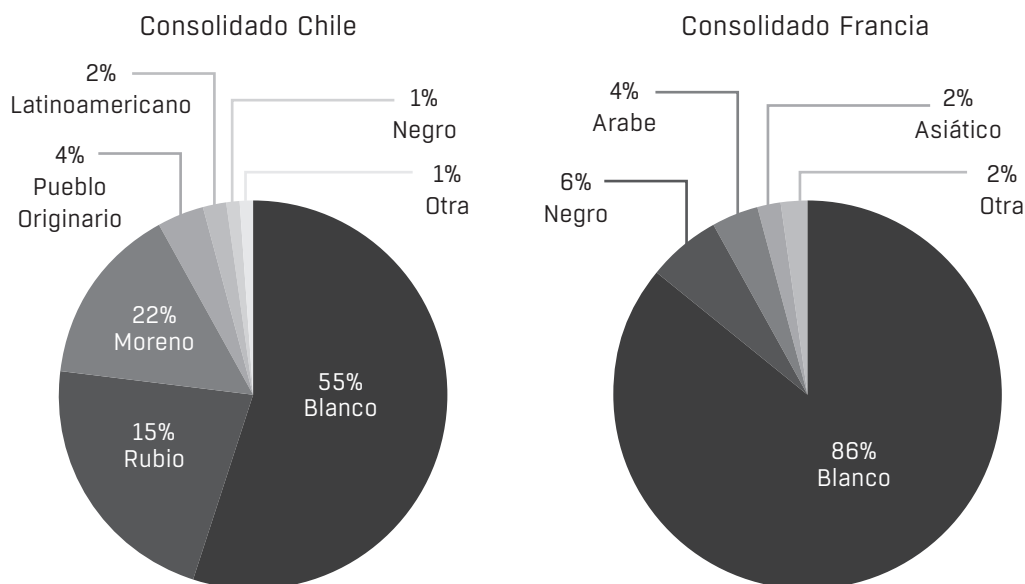


Gráfico 1. Percepción de los distintos grupos étnicos, en programas televisivos de Chile y Francia

Fuente: Elaboración propia.

En cuanto a la categoría No ficción, compuesta de programas tales como *talk shows*, concursos, *reality shows*, *docureality*, misceláneos y otros similares, en el corpus chileno las tasas de etnoracialización *Rubio(a)* y *Blanco(a)* correspondieron a 66%; y en el corpus francés, a 85% para *Blanco(a)*. En la televisión chilena, la categoría *Moreno* representó el 21%. Las otras categorías, en su conjunto, constituyeron el 13%. Entre ellas, la más representada fue *Pueblo Originario*, con un 5%. El informe del estudio francés no especifica cómo se desagrega la categoría *No Blanco*.

Por su parte, en la categoría Información se consideró principalmente noticieros televisivos, pero también se incluyó reportajes de actualidad informativa. Al respecto, en el corpus chileno las tasas de etnoracialización *Rubio(a)* y *Blanco(a)* correspondieron a 60%; y en el corpus francés, a 86% para *Blanco(a)*. En el caso chileno, *Moreno* representó el 23%; *Pueblo Originario* y *Latinoamericano*, 6% cada una. Las otras categorías constituyeron el 5%. El informe del estudio francés no especifica cómo se desagrega la categoría *No Blanco*.

RELACIÓN DE LOS ROLES ASIGNADOS A CADA GRUPO

Se examinó las tasas de etnoracialización según los roles televisivos asignados a cada grupo, considerando roles principales y roles secundarios.

Cuando se trata de contar el número de personas que asumen o encarnan roles principales, como conductores

de programas de información o entretenimiento o protagonistas de la ficción, las cifras son muy explícitas. En el caso del corpus chileno, el 82% corresponde a *Rubio* y *Blanco*; y en la televisión francesa, al 86%.

En cuanto a personas/personajes en roles secundarios, en el caso del corpus chileno, el 77% corresponde a *Rubio* y *Blanco*, siendo *Moreno* el 16%; 3%, *Pueblo Originario*; 1%, *Negro*; 2%, *Latinoamericano*; y 1%, *Otros*. En la televisión francesa, el 87% corresponde a *Blanco* y 13% a *No Blanco*.

RELACIÓN CON LA REALIDAD SOCIAL

Si tuviéramos que definir las características de la población chilena a partir de la fisonomía de las personas y personajes que ocupan mayoritariamente las pantallas y que, a la vez, llevan a cabo los roles principales en las emisiones de ficción, información y no ficción, lo más probable es que llegáramos a la conclusión de que está compuesta, principalmente, por personas muy parecidas a las que son posibles de apreciar en los programas televisivos franceses, es decir, blancas.

Vistas de este modo, las realidades de la representación televisiva del aspecto étnico en Chile y Francia son similares. Sin embargo, si se compara con la realidad social, se puede apreciar que los blancos que figuran en las pantallas de televisión chilena son *más blancos* que la mayoría de los habitantes del país, de acuerdo con los datos que se desprenden de estudios genéticos recientes

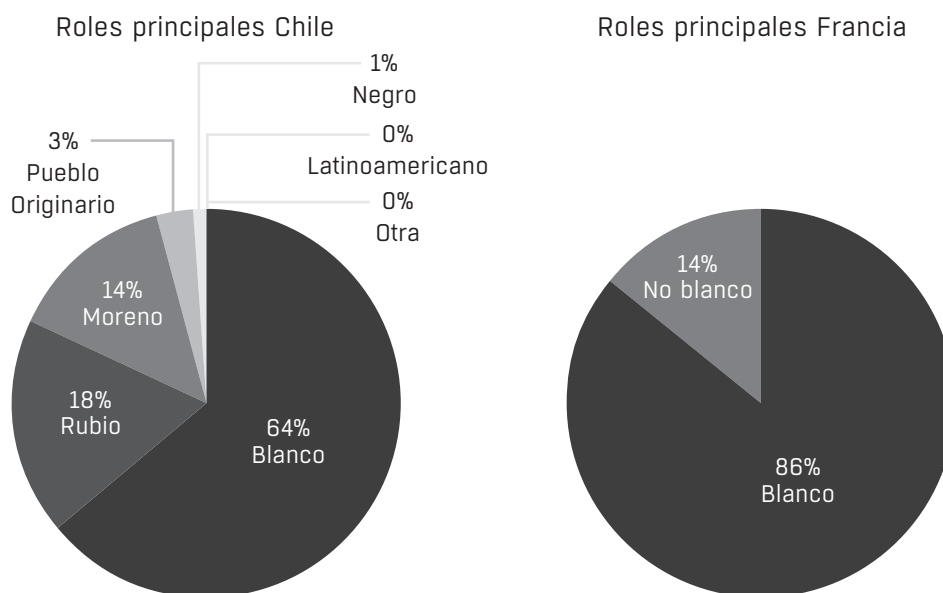


Gráfico 2. Percepción de roles principales asignados a los distintos grupos étnicos en programas televisivos de Chile y Francia

Fuente: Elaboración propia.

sobre la población chilena. Entre ellos, la investigación “ChileGenómico” (www.chilegenomico.cl), cuyos resultados muestran un importante componente de ancestría amerindia en la mayor parte de los y las chilenas: “Este componente amerindio se distribuye cuantitativamente entre un 3% y un 100%: el componente europeo desde un valor mínimo de 0% hasta un extremo de 95%, mientras que el caso de la ancestría africana los valores estuvieron mayoritariamente entre 0% y 5%” (Cifuentes, 2016).

Mientras en Chile la población aparece caracterizada por los estudios antropológicos y biológicos como mayoritariamente mestiza, es decir, como *no blanca*, en términos de las categorías del informe francés, en Francia el componente blanco es mayoritario.

CONCLUSIONES

Si bien los estereotipos étnicos blancos en la representación televisiva de ambos países son ampliamente dominantes, en Francia operan en el sentido de esconder lo que los propios estudios y organismos reguladores han denominado las *minorías visibles* (Nayrac, 2011); es decir, los grupos étnicos minoritarios que son parte de la diversidad de ese país. En Chile, en tanto, junto con operar de la misma manera respecto de inmigrantes latinoamericanos y gente de los pueblos originarios, dichas representaciones parecen disminuir la presencia televisiva de gran parte de la población.

De manera complementaria a la sobrerrepresentación de una *etnorraciación* blanca en las televisiones francesa y chilena, están los roles asignados a los grupos no blancos, a los géneros distintos al masculino, a los pobres, a la tercera edad o el inmigrante.

Si se observa la distribución de roles en la televisión chilena únicamente desde el punto de vista étnico, aparece que las personas de piel morena y pelo negro son a menudo representadas en papeles secundarios en la ficción, como testigos en la información y, en general, como objetos de la comunicación, no como sujetos de la misma. Por otro lado, las personas pertenecientes a los pueblos originarios, sobre todo los mapuche, habitualmente no tienen presencia en la televisión, salvo como personajes exóticos (en la versión positiva) o como terroristas que se oponen a la forma de vida de los chilenos (en la versión negativa). Se trata este de

un procesamiento de categorización simbólica muy próximo al que se utiliza para la representación del inmigrante extranjero o para las minorías étnicas en Francia (Lochard, 2006).

El contraste entre la realidad de la representación televisiva y la realidad social que se ha intentado realizar en este acotado trabajo, permite ver los desajustes entre una y otra; y, con ello, el funcionamiento de los mecanismos a través de los cuales opera la hegemonía cultural en la televisión. En este caso, sobrerrepresentando a los grupos dominantes y minimizando la presencia de los grupos subalternos. Sin embargo, estas propuestas de sentido construidas desde el medio televisivo no inhiben necesariamente las conciencias críticas que contestan estas formas de representación.

A partir de la década de los noventa, diversas organizaciones sociales comenzaron a instalar en la discusión pública de Francia, la preocupación por la representación de la diversidad cultural e identitaria en la televisión. Poco después, en el año 2000, el Consejo Superior del Audiovisual publicó el primer estudio, titulado *Presencia y representación de las minorías visibles en la televisión francesa*, dando inicio a una línea de investigación y seguimiento que se mantiene hasta la actualidad, la cual busca poner en evidencia este tipo de desigualdades.

En Chile son cada vez más las organizaciones comprometidas con la diversidad sexual, la igualdad de género, los derechos de los inmigrantes, las reivindicaciones de los pueblos originarios o de los pobladores urbanos, que han comenzado a preocuparse de los estereotipos a través de los cuales son representados en los medios de comunicación. Por su parte, el Consejo Nacional de Televisión ha realizado una importante labor en el cumplimiento de la misión encomendada por el Estado de Chile, generando diversos estudios sobre pluralismo, calidad, tratamiento del género, entre muchos otros, a través de los cuales se hacen patentes otras desigualdades en las representaciones de la televisión chilena. Véase, por ejemplo, el estudio “Representación televisiva y discriminación” (CNTV, 2015).

Sin un esfuerzo en la dirección de exigir mayores estándares de pluralismo, diversidad, respeto social, cultural, étnico y de género en los medios de comunicación, será difícil contrarrestar la fuerza de la producción y reproducción de desigualdades simbólicas al interior de nuestras sociedades.

NOTAS AL PIE

1. Este artículo recoge algunos resultados de la fase inicial del proyecto de investigación denominado *Télévision, pluralisme et élections. Approches comparées des campagnes présidentielles en France et au Chili*, financiado por el Centre National de la Recherche Scientifique (CNRS) de Francia. Para su realización, contó con la importante colaboración y apoyo del Consejo Nacional de Televisión (CNTV) de Chile y de la Vicerrectoría de Investigación y Desarrollo de la Universidad de Chile.

REFERENCIAS

- Amigo, B., Bravo, M.-C. & Osorio, F. (2014); Telenovela, recepción y debate social [Telenovela, reception and social debate], *Cuadernos.Info*, (35), 125-145. doi: 10.7764/cdi.35.654
- BCN (Biblioteca del Congreso Nacional de Chile). (2014). *Ley 20.750* [Law 20.750]. Retrieved from <http://www.leychile.cl/Navegar?idNorma=1060307>
- Bengoa, J. (2003). Erosión y transformación de las identidades en Chile [Erosion and transformation of identities in Chile]. *Indiana*, (19/20), 37-57. Retrieved from <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=247018404003>
- Cifuentes, L. (2016). El genoma de los chilenos [The genome of Chileans]. In S. Berríos de Solar (Ed.), *El ADN de los chilenos y sus orígenes genéticos* [The DNA of Chileans and their genetic origins]. (pp. 37-62). Santiago, Chile: Editorial Universitaria.
- CNTV (Consejo Nacional de Televisión, Chile). (s/f). *El CNTV* (The CNTV). [Online]. Retrieved from <http://www.cntv.cl/el-cntv/cntv/2011-03-15/225054.html>
- CNTV (Consejo Nacional de Televisión, Chile). (2014). *VIII Encuesta Nacional de Televisión* [VIII National Survey of Television]. Retrieved from <http://www.cntv.cl/viii-encuesta-nacional-de-television-2014/cntv/2014-12-31/105056.html>
- CNTV (Consejo Nacional de Televisión, Chile). (2015). Representación televisiva y discriminación [TV representation and discrimination]. *Estudios y Publicaciones*. Online. Retrieved from <http://www.cntv.cl/representacion-televisiva-y-discriminacion/cntv/2016-01-21/100529.html>
- CNTV (2016). *Estudios* [Studies]. Retrieved from: http://www.cntv.cl/cntv/site/edic/base/port/estudios_y_publicaciones.html
- CSA (Conseil Supérieur de l'Audiovisuel, France). (s/f). *Présentation du Conseil* [Presentation of the Council], (par. 1). Online. Retrieved from <http://www.csa.fr/Le-CSA/Presentation-du-Conseil>
- CSA (Conseil Supérieur de l'Audiovisuel, France). (2000). Présence et représentation des minorités visibles à la télévision française [Presence and representation of visible minorities in French television]. *La Lettre du CSA*, 129 (June), 12-14. Retrieved from <http://calixthe.beyala.free.fr/etudeCSA.htm>
- CSA (Conseil Supérieur de l'Audiovisuel, France). (2008). Étude de la perception de la diversité dans les programmes de télévision [Study of perception of diversity in television programs]. Retrieved from <http://www.csa.fr/Television/Le-suivi-des-programmes/La-representation-de-la-diversite>
- CSA (Conseil Supérieur de l'Audiovisuel, France). (2014). Rapport annuel [Annual Report]. Retrieved from <http://www.csa.fr/Etudes-et-publications/Les-rapports-annuels-du-CSA/CSA-Rapport-annuel-2014>
- CSA (Conseil Supérieur de l'Audiovisuel, France). (2015). Le baromètre de la diversité à la télévision [The barometer of diversity on television]. Retrieved from <http://www.csa.fr/Television/Le-suivi-des-programmes/La-representation-de-la-diversite/La-diversite-a-la-television/Le-barometre-de-la-diversite>
- Dixon, T. L. & Linz, D. (2000). Race and the misrepresentation of victimization on local television news. *Communication Research* (27), 547-573. doi: 10.1177/009365000027005001

- Fuentes, M., Pulgar, I., Gallo, C., Bortolini, M.-C., Canizales-Quinteros, S., Bedoya, G., González, J., Ruiz-Linares, A. & Rothhammer, F. (2014). Gene geography of Chile: Regional distribution of American, European and African genetic contributions. *Revista Médica Chilena*, 142(3), 281-289. doi: 10.4067/S0034-98872014000300001
- Fuenzalida, V. (2012). Una interpretación socio-semiótica de la representación televisiva de la política. La oportunidad de la TV digital [A socio-semiotic interpretation of television representation of politics. The opportunity for digital TV]. *Cuadernos.Info* (30), 83-96. Retrieved from <http://cuadernos.info/index.php/CDI/article/view/428>
- Galán, E. (2006). Personajes, estereotipos y representaciones sociales. Una propuesta de estudio y análisis de la ficción televisiva [Characters, stereotypes, and social representations: A proposal for the study and analysis of television fiction]. *ECO-PÓS*, 9(1), 58-81. Retrieved from <http://e-archivo.uc3m.es/handle/10016/9475>
- García-Canclini, N. (1989). *Culturas híbridas: estrategias para entrar y salir de la modernidad* [Hybrid cultures: Strategies for entering and leaving modernity]. Barcelona: Paidós.
- Greimas, A. J. (1966). *Sémantique structurale* [Structural semantics]. Paris: Larousse.
- Jelin, E. (2014). Desigualdades de clase, género y etnicidad/raza: realidades históricas, aproximaciones analíticas [Inequalities of class, gender and ethnicity/race: Historical realities, analytical approaches]. *Revista Ensembles*, (1), 11-36. Retrieved from <http://www.revistaensambles.com.ar/ojs-2.4.1/index.php/ensambles/article/view/27>
- Lacalle, C. (2008). *El discurso televisivo sobre la migración. Ficción y construcción de identidad* [The television discourse on migration. Fiction and identity construction]. Barcelona: Ediciones Omega.
- Legifrance (2016). *Loi N° 2006-396 pour l'égalité des chances* [Law N° 2006-396 for equal opportunities]. Retrieved from <https://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte= ORFTEXT000000268539&dateTexte=&categorieLien=id>
- Lochard, G. (2006). Les «minorités visibles» dans les médias: Belgique, Canada, France, Suisse [“Visible minorities” in the media: Belgium, Canada, France, Switzerland]. *Médiamorphoses* [Dossier], (17), 24-27. Retrieved from <http://documents.irevues.inist.fr/handle/2042/23502>
- Lochard, G. & Boyer, H. (2004). *La comunicación mediática* [Media communication]. Barcelona: Gedisa.
- Macé, E. (2008). *Étude de la perception de la diversité dans les programmes de télévision. Rapport remis à l'Observatoire de la diversité dans les médias audiovisuels du Conseil supérieur de l'audiovisuel* [Study of the perception of diversity in television programs. Report submitted to the Observatory of diversity in the audiovisual media of the Higher Audiovisual Council]. Retrieved from <http://www.coe.int/t/dg4/cultureheritage/mars/source/resources/references/others/43%20-%20Diversité%20et%20Télévision%20-%20Rapport%20Mace%20-%20CSA%202008.pdf>
- Macé, E. (2013). La fiction télévisuelle française au miroir de *The Wire*: monstration des minorités, évitement des ethnicités [The French television fiction in *The Wire* mirror: showing minorities, avoiding ethnicities]. *Réseaux*, (181), 179-204.
- Marcos, M. (2014). Principales estudios realizados sobre la representación de las minorías en la ficción televisiva [Major studies on the representation of minorities in television fiction]. *Chasqui*, (126), 96-108. <http://dx.doi.org/10.16921/chasqui.v0i126.268>
- Morduchowicz, R. (2008). *Los jóvenes y las pantallas: nuevas formas de sociabilidad* [Young people and the screens: New forms of sociability]. Barcelona: Gedisa.
- Muñiz, C., Marañón, F. & Saldierna, A. R. (2014). ¿Retratando la realidad? Análisis de los estereotipos de los indígenas presentes en los programas de ficción de la televisión mexicana [Portraying reality? Analysis of stereotypes of indigenous in fictional programs on Mexican television]. *Palabra Clave*, 17(2), 263-293. doi: 10.5294/pacla.2014.17.2.1

- Nayrac, M. (2011). La question de la représentation des minorités dans les médias, ou le champ médiatique comme révélateur d'enjeux sociopolitiques contemporains [The issue of minority representation in the media, or the media field as revealing contemporary socio-political issues]. *Cahiers de l'Urmis*, (13), 1-13. Retrieved from <http://urmis.revues.org/1054>
- Ortiz, V. (2013). Modelos estéticos hegemónicos, subalternos o alternativos: una perspectiva étnico-racial de clase y género [Hegemonic, subaltern or alternative aesthetic models: An ethno-racial perspective of class and gender]. *Tabula Rasa*, (18), 175-197. Retrieved from http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1794-24892013000100008
- Propp, M. [1928] (1998). *Morfología del cuento* [Morphology of the story]. Madrid: Akal.
- Quin, R. & McMahon, B. (1997). *Historias y estereotipos* [Stories and stereotypes]. Madrid: Ediciones de la Torre.
- Sepúlveda, D. (2010). La variable etnia/raza en los estudios de estratificación social [Ethnicity/race variable in studies of social stratification]. *Work documento, project Desigualdades* (Anillo Soc 12, 2009-2012). Retrieved from http://www.academia.edu/1516661/La_variable_etnia_y_raza_en_los_estudios_de_estratificaci%C3%B3n_social
- SUBTEL (Subsecretaría de Telecomunicaciones, Chile). (2014). Informe estadístico telecomunicaciones [Statistical telecommunications report]. Retrieved from <http://www.iab.cl/informe-estadistico-telecomunicaciones-año-2014-subtel/>
- Szurmuk, M. & Irwin, R. (2009). *Diccionario de Estudios Culturales Latinoamericanos* [Dictionary of Latin American Cultural Studies]. Mexico: Siglo XXI Editores.
- Vanegas, L., Villalón, C. & Valenzuela Y. (2008). Ethnicity and race as variables in epidemiological research about inequity. *Revista Médica de Chile*, 136(5), 637-644. doi: /S0034-98872008000500014

SOBRE LOS AUTORES

Bernardo Amigo, Doctor en Ciencias Sociales, Université Catholique de Louvain, Bélgica. Profesor Titular del Departamento de Sociología de la Universidad de Chile. Investigador y coordinador del Laboratorio Cultura Mediática (www.culturamediatica.cl), Chile. Sus líneas de investigación son: sociología de la comunicación y los medios, socioantropología de la tecnología y comunicación política.

María Cecilia Bravo, Doctora en Ciencias Sociales, Université Catholique de Louvain, Bélgica. Profesora y Directora de Pregrado del Instituto de Comunicación e Imagen de la Universidad de Chile. Investigadora del Laboratorio Cultura Mediática (www.culturamediatica.cl), Chile. Sus líneas de investigación son: historia de los medios; metodología de investigación en comunicación; y comunicación, democracia y ciudadanía.

Claire Sécaïl, Doctora en Historia Contemporánea de l'Université de Versailles Saint-Quentin-en-Yvelines, Francia. Investigadora de l'Université Paris-Dauphine, PSL Research University, CNRS, UMR IRISSO, Laboratoire Communication et Politique (www.lcp.cnrs.fr), Francia. Vicepresidente de la Société pour l'histoire des médias, Francia. Sus líneas de investigación son: historia de la televisión y comunicación política.

Pierre Lefébure, Doctor en Ciencias Políticas de l'Institut d'Études Politiques (SciencesPo), París, Francia. Maître de Conférences de la Universidad Paris 13. Investigador de l'Université Paris-Dauphine, PSL Research University, CNRS, UMR IRISSO, Laboratoire Communication et Politique (www.lcp.cnrs.fr), Francia. Coordinador del grupo Sociologie des Médias de la Asociación Francesa de Sociología (AFS). Sus líneas de investigación son: comunicación y sociología políticas, apropiación y usos en comunicación mediática y metodologías cualitativas.

Alexandre Borrell, Doctor en Historia de l'Université d'Orleans, Francia. Investigador Asociado de l'Université Paris-Dauphine, PSL Research University, CNRS, UMR IRISSO, Laboratoire Communication et Politique (www.lcp.cnrs.fr), Francia. Editor asociado de *Parlement[s]*, *Revue d'histoire politique*. Sus líneas de investigación son: historia de la televisión, representaciones mediáticas de los suburbios populares y de la sociedad francesa y comunicación política.